有钱好好花

[illegible] 著

——[illegible]

女人的钱该怎么花？

一个女人的88篇花钱心得

[illegible]

[illegible]

COAY Books

目录
Content

- 奢侈品入门指南
- D版生物链
- LV抑郁症
- 我们的口号是去伪存真
- 假如街上的LV都是真的
- PRADA背后的经济学
- 革命式血拼
- 让打折见鬼去吧
- 白，永无止境
- 妈妈的护肤品
- 理想瓜子脸
- 假发
- 像明星一样坐飞机
- 减肥时代
- 你为何那么晚睡？
- 负面乌托邦
- 数码相机时代
- 也有男人不爱手机
- 为何人人都在谈iPhone？
- 和电子邮件说再见
- 今天你点我的博客了吗？
- 重回任天堂
- iPhone和WII啥时能进中国？
- “山寨机”正在流行

奢侈品入门指南

珠宝制造商卡地亚国际集团(Cartier)的总裁博尔纳·佛纳斯(Bernard Fornas)说："美国人不愿意把钱花在他们能以更低价格在本国买到的商品上。在地球的另一边，随着中国人财富的日益增长，到2020年，中国人的消费能力有可能超过美国。"这句话的前半句极不好理解，怀疑是翻译水平导致的，并非人家总裁有意含糊其辞，因为他后半句话非常明显地将矛头直指中国人，说我们中国人在奢侈品的消费上非常有潜力。

不知道为什么，突然之间消费奢侈品这个话题就和超女快男选秀一样，成了大众话题了，就像不是所有的人都会去参加海选，但是不妨碍我们一直在茶余饭后谈论那些貌不惊人却有"梦想"的年轻男女。而那些如雷贯耳的名字至今虽然仍是橱窗里的陈列品或者杂志上的油墨香，却在CBD地铁站的人群中被屡屡和油盐酱醋一起提起，仿佛早已经是我们生命中的一部分了。

作为中国人，对奢侈品的消费，那可是有先天的优势，因为我们的血液里，流淌着太多争富斗气的历史了。现在我们说魏晋风流，那些袒胸露背行为放荡不羁的先贤们在竹林里过着神仙一般嗑药的日子，可是最著名的斗富故事，也是发生在那个时代。王恺，晋武帝司马炎文明皇后的弟弟，官拜右将军，颇得武帝的宠爱和器重，他和散骑常侍石崇、景献皇后从父的弟弟羊琇三人共称"三大富豪"。 王恺用当时特别贵重的麦糖清洗锅子，而石崇就用更为珍贵的石蜡当作柴火使用；王恺用紫纱步障四十里，石崇则用织锦步障五十里；石崇用一种叫椒的涂料涂饰房屋，王恺就用红色的石脂盖过他。

这个故事的高潮发生在皇帝加入这场无聊的比赛中之后。晋武帝为了相助小舅子，拿出宫中的私藏，他借给王恺一株二尺多高的珊瑚树。王恺欣喜若狂，认为有此珍宝定能将石崇压倒，他在家中大摆宴席，请石崇前来赴宴，珊瑚树自然供在最显眼之处。故事的高潮在于

石崇欣然前来，二话不说便拿铁如意将珊瑚树击成碎片。王恺又惊又怒又有点喜，因为那珊瑚树他还得还给姐夫，被打碎了他拿什么还呢？而那一点点喜，自然是觉得石崇已经被他技术性击倒，在嫉妒心理的促使下击碎了珊瑚树。他向石崇问罪，而石崇轻松地说道："不值得大惊小怪，我现在赔给你就是。"然后石崇命令他家的仆从取出自家珍藏的珊瑚树，二尺多高的异常之多，三四尺高的竟然也有六七株之多。

王恺目瞪口呆，惊羡万分。当然，这事最后以悲剧收场，富可敌国从来只能是一种终极的梦想，实际上尤其是在封建时代，天下一家的年代里，富可敌国又不知收敛，绝对不是一件好事。石崇之不得善终，早在意料之中，而他的宠姬绿珠坠楼身亡，更是留下一段凄艳的传说。

可是，有钱不拿出来攀比，对自己而言就好像锦衣夜行，旁观者，也常常给这些"低调"的富人们戴上吝啬的帽子。所以，中国漫长几千年的历史，斗富故事层出不穷，大宋天子赵匡胤马上夺天下，亲手打碎了后周皇帝的精致马桶，而他的后代仍然抗拒不了滚滚的历史潮流，凭空造了一个艮岳，前无古人后无来者的奢华与富贵，怕是这个宋祖想都想不到的。

现在中国人小富则安了，对奢侈品的追求开始了井喷式的爆发，人民群众都不可避免地在奢侈的道路上昂首高歌，一路奋进，当然其中也不乏媒体推波助澜，在一些号称代表知识分子品位的生活周刊上成天做一些奢侈品的封面文章，把中国人一颗向往奢华的心吊得忽悠忽悠的。有一个曾经在下午的电视节目上教人做菜的貌似中年男子，如今也开始做时尚节目，并且在一期名为《奢侈品入门指南》的节目中，这样指导大家："用化妆品如果用2000以下的，那就是毁容，所以一定要用Dior； 戴戒指要戴周大福；手表要戴Swatch；衣服要穿Prada……"

我一直怀疑这个节目主持挂着貌似憨厚的笑容，实则是在说一个冷笑话。要不然这样一期把这四个明显不是一个档次的牌子混为一谈的节目怎么可能在号称中国时尚之都的上海顺利出街，并且至今没有听到口水声呢?

当然，我们在上海见到更多的是一些刚从恒隆广场买了新款LV手袋出来，转身上了公共汽车绝尘而去的上海女白领，因为刚才那个手袋，是她两个月的工资还多，而她已经为此吃了三个多月的盒饭。又或者是一些从杰尼亚专卖店里出来，手里拎着一件价值超过他一个月工资的衬衫的年轻政府公务员。他没有上海女青年的困惑，因为他手里的衬衫，并不需要他自己付钱。

所以，从某种意义上来说，这种混搭式奢侈品入门指南的出现还是符合时机的，因为我们才刚刚学会在《疯狂的石头》中嘲笑黑皮的那句名言："名牌！班尼路的。"

D版生物链

最近我突然发现了这个世界上存在着一条D版生物链。拿这几年万众景仰的LV当例子来说，路易·威登的女继承人高居金字塔的最上端，她也是世界顶级富豪之一，这是她命好托生在了好人家，我们恨也恨不来的。生物链的中端，是如米兰站这样的二手手袋店，从一间小门脸起家，如今已经在香港开到大街小巷都是，赚得盆满钵满。这边收进来那边卖出去，握手处的皮子已经发黑的二手LV手袋，照样摆在货架上标价上千元，照样有人自由行过去买，不服都不行。当然，配皮会氧化变色，这是鉴别真假LV的一条秘诀之一，有人把这种经过使用留下的氧化痕迹称为“蜜蜡色”，顿时让这一点使用痕迹身价百倍并且具有了美学的价值。生物链的中低端，是冒牌米兰站，比如上海街头时常可见的挂着“香港米兰站”的牌子，欺负有些人不看报纸，不知道米兰站还没有开到上海的事实。生物链的最底端，当然就是如北京的秀水街、上海的襄阳路、广州的上下九、深圳的罗湖商业城这样的地方，超A货叫价近千元，A货数百元，只有那花皮略似，其余皆不像的明显盗版货，大约几十元就能买一个，在菜市场买菜和卖菜的经常撞包的，一般都是这些。

发现了这个理论之后，我大为得意，认为生活中的经济学，从此再不是茅于轼这样的经济学家的专长，比如这个盗版生物链的理论，茅老纵使学贯东西，也是想不到的。可是，在推广我这套理论的时候，却遭遇了不少的阻击。首先，在现在的中国谈盗版本来就是一件很危险的事情。因为支持盗版则政治不正确，而大张旗鼓地反盗版，就容易被人鄙视为装清高，更有人劈头盖脸地问：“您没买过盗版碟？您的电脑没黑屏？您发誓在月薪5000元的时候，您从来没对那些价值400元上下盗版手袋动过心？或者，您在淘宝上，看到原单二字，您发誓从来都是绕道走的？”不，我不敢发誓，在这个女明星出席活动都穿山寨礼服的年代里，没人敢发这个誓。

我有一个女朋友，是个比较装的名牌爱好者，也就是说，她身上那些带LOGO的东西，大概85%是真的，其他15%，则属于来路不明的，有别人送的，有“觉得好玩”买的，当然也不排除有主观意愿决定下头脑清醒的时候主动买的。她对名牌的态度，我一度认为是比较靠谱的，就是量入为出，为了手袋鞋子刷爆信用卡，举家吃方便面的事最好别干，不值当。时尚杂志上说的那种，两个月不吃不喝买一只香奈儿2□55算是入了时尚的门，穿条秋裤就算是骇人听闻的话，听听就算了，平头老百姓不值得跟那个趟。而对于盗版的态度，基本上是不支持、不鼓励，也不反对。

不过，那天她听我说了盗版生物链的理论之后，反应非常激烈。我很骇然地问她为何对D版有如此突如其来的憎恨？她说因为盗版毁了一个男人在她心目中的形象。

故事是这样的：某天，该女出差去上海，走了桃花运，遇上一青年才俊。要财有财要貌有貌，更重要的是肯正眼瞧瞧她，于是她在上海乐不思蜀，大有终老他乡的打算。直到有一天两人在恒隆广场喝完下午茶，款款走过名店门口的时候，才俊突然拉住该女，指着店内某女鞋，问她道：“你看这鞋，是不是很适合50岁上下的女性？”女友说，当时她的感觉就是上帝终于注意到她了，这样财貌双全，还孝顺老妈的绝世好男，而且行为举止看起来也不太像GAY的男子能够来到她的身边，一定是上帝的安排。她冲着才俊满眼花痴连连点头，才俊微微一笑，二话不说刷卡买下了那双鞋。出门后，在女友仍在享受店员艳羡的目光的时候，才俊轻声地自言自语地说：“回家研究研究模板，下个月我们搞一批这样的鞋出来卖。”

灰溜溜回了北京之后，女友一门心思认定，是D版毁了她心目中的绝版好男人，从此发誓和D版势不两立。她的第一个举动，就是冲到国贸去买了一个GUCCI的手袋，当然那天的价值70元FENDI墨镜，纯属漏网之鱼，经过群众的检举揭发，现在已经在她家的钟点工身上安了家。

不过最近她的反D版行动似乎告一段落了，据说她已经寻找到又一个绝世好男，是某企业老板，身家数亿的佐丹奴爱好者。

LV抑郁症

有一个女友，在加拿大的雪堆里埋了几个月，熬到那边终于春暖花开，进入一年之中最短暂也最美丽的夏季的时候，突然宣布要回国了。我们取笑她，一定是学了电视剧《别了，温哥华》里的情节，得了什么古怪的病症，才不得不回归祖国母亲的怀抱。女友说，没错，是得病了，而且病得不轻，是严重的北美生活抑郁症，症状是无所事事之下，只得嗜睡觉，嗜吃甜食，再这样下去，美女的身材估计很快崩溃。

虽然这病来得古怪，但是有朋自远方回来，本人当义不容辞，与她相约在香港见面。

我事先给她补了一课，告诉她今年流行娃娃裙，底下要穿半截到小腿的打底裤袜，最好有蕾丝的那种，脚上得是高跟漆皮鸭嘴鞋。她不信，说好莱坞女星被拍到穿成这样的，她在八卦杂志上见过不少，问题是不是瘦骨仙身材的女人穿着这身行头，岂不是自爆其短？但是，事实终究是事实，她出了机场看到满大街15岁以上45岁以下的女人奋不顾身将自己穿得跟个萝卜似的样子，终于不合时宜地哈哈大笑起来，所谓的北美抑郁症霍然而愈。

两个女人保持友谊最好的办法就是相约逛街，何况到香港不逛街就对不起香港了。女友很不人道地建议去半岛酒店，本人一听大喜，心想这个人可能出了几天国赚了一些外币，成了一条水鱼了，很有被宰的前途。两个人去了半岛酒店，在一排名店门口张望了一会儿，女友摸了摸钱包，一扬头，义无反顾地就奔着路易·威登去了。

我礼节性地提醒她，今年路易·威登推出新款改良版红白蓝胶袋花纹的手袋，遭到内地时尚界人士的一致鄙视，因此这个百年品牌价值最近有看跌的趋势啊。实在想要，不如咱们趁天色还早，过了关就是深圳罗湖商业城，一万块钱能把人家一店的手袋都买下来了。她拼命摇头说，不行不行，这玩意儿就是满足虚荣心的。这棕色人造革究竟

有多好看，其实说实话也不觉得，只不过既然有钱没钱的人都买，所以作为一个虚荣的人，不买一个就没脸去上海混了。虽然真货假货差一个字，但就这一个字，会导致虚荣心得不到满足，搞不好郁积在心上，北美抑郁症还没断，又添一个路易威登抑郁症，那就划不来了。

我突然笑起来，说按照路易·威登的成功之路，如果女友的文章哪一天成为满足女人虚荣心的一种产品，没有读过就等于没有钱没有品味，没脸出去见人的时候，说不定路易·威登还要找她做形象代言人哪。女友有些兴奋，仿佛看到了希望一样，连声表态说以后再不能写那些小资文章了，要怎么虚荣怎么摆谱怎么来才是。

说完，她对那个富丽堂皇的店堂投下了最后深情的一瞥，拉拉我的手，说，下一站，米兰站。

我们的口号是去伪存真

前几年出国没有那么容易的时候，猪朋狗友之间，经常流传关于名牌的传闻，例如几乎每一个日本女性上班族都拥有三只某两英文名字的皮包，一个上班时用，一个旅行时用，还有一个是专门购物时用的。还有就是劳力士手表，生意人没有一块戴着出门给人看到觉得不够实力。还有一个比较搞笑的是，一位做网站的明星经理人，一度还神秘兮兮地跟采访的记者说，我这个西装的牌子可是很少有人知道的，说出来很多人都不知道，结果后来有人好奇，专门站在椅子上面，看了一眼他的后领子，然后说这什么呀，不就是Z字开头的嘛，香港好多舞厅的小白男生都穿的啦。

然后不久，我在外面东奔西跑的时候也发现，纽约的上班族原来除了两个字的皮包，还有B字头的格子，C字头的流线型，都是很流行的。而我在香港自由行的热门地带，一度看到不管是买菜的家庭主妇还是身份可疑的北地胭脂，几乎人手都是这个牌子的，看来女性大可没必要挤几个月公共汽车去省钱买一个，因为实在普及和泛滥得太快了。

阿彪是个老友，过去几年，他做出版生意，引进版权加上发掘原创，虽然行踪飘忽，但是也非常见效，已经是业界小腕，早就在两个城市购置物业，说又能做写字楼，又可以保值升值，说得头头是道。不过他关于购物业商住两用注册一个小型文化公司前店后厂前面创作后面出版的淳朴想法，最近被打击得厉害，因为他在报纸上看到，说现在在民用住宅注册的公司，一律补交过去五年的更改房屋用途的税，也就是说宅虽然还是民宅，却得按照写字楼来征税。阿彪一算，发现还得补交小十万元的无厘头税款，立刻将公司注销的心都有了。

除了房屋之外，中国人民最近两年投注最大热情的就是汽车。阿彪自然不想免俗，而且在车的方面，他也贯彻一向的名牌思维，讲血统、讲门第。对于内地产的牌子，表示不予考虑。而他觉得自己的形

象，也是属于所谓的新晋年轻才俊，本来是要买某只动物名字牌子的汽车以显得贴切。不过，后来这个牌子也和内地合资了，开始出车，他未雨绸缪，生怕过两年这个牌子满大街都是。于是，他就看上了另外一款德国的豪门牌子，但是他又觉得原装车太贵，于是就决定先买二手车，按照他的话说，就是要讲究性价比。

因为要买车，要投入现金，阿彪眼珠一转就有了方案。他结婚时候，有亲戚送了一对男女的火柴头手表，加起来也值个十万八万的。不过内地卖可不方便，他就决定，趁着春暖花开，去香港找当铺变现。那天，他焚香沐浴，从家里价值399元的保险箱中取出两只包装精美的手表，穿了一身鲜亮的衣服，自由行下了香港，信心百倍地挑了一家门脸大的当铺踱了进去。没想到平地一声雷，当铺的伙计竟然说那手表是赝品！阿彪不信邪，连走了四五家当铺，个个伙计都异口同声，这表就是赝品。阿彪有点不死心，说做得这么好，就算是赝品，也能当个几百块钱吧。伙计很镇定地回答他说："先生，我们这里不收赝品。"

当表没有成功，阿彪担心白贴了几百块钱路费，一事无成，于是顺路拐进了一家百货公司，想给自己身上带的万宝龙笔换一根笔芯。结果女售货员本来笑眯眯态度挺好，可是一看到阿彪从公文包里掏出来的笔，就立刻变了脸说："先生，您的笔是假的。"阿彪本来想说，我来买笔芯，你管我的笔是真是假干什么？后来想了想，觉得笔都是假的，配根真笔芯也变不成真的，于是作罢。

一连两次失败之后，阿彪担心他的这次自由行彻底变成被打假之旅，赶紧坐上火车回了家。进门一开电视，正好看到王刚举起一把瓮金锤，大喊了一声："我们的口号就是去伪存真！"就把一精美瓷器给砸了个稀巴烂，阿彪的冷汗立刻就下来了。好在香港收不到我们的北京卫视，否则他今天恐怕就很难带着他的手表和金笔全身而退。

和王刚老师提起赝品就义愤填膺的态度相比，阿彪没有那么愤怒，主要原因还在于他的赝品都是以礼品的形式流入他手中的，至于

送礼的人有没有为此花了冤枉钱，他也不是很关心。他关心的问题是，如果注销了他的小公司，他最近发愤图强写的两本原创书，要怎么样操作才能顺利筹够他买二手豪华车所需的钱款。

假如街上的LV都是真的

当年风靡一时的美国电视连续剧《欲望都市》中，满身名牌的女人走在街上被有色人种搭讪道："名牌要吗？"女人没有抵挡住诱惑，她跟着有色人曲曲折折走进小巷深处，她美丽精致的高跟鞋在坑洼的路面上磕绊着，路边的野狗对着她狂吠，她终于买到了价值250美元一只的手袋。得意洋洋地和女友炫耀过之后，她的兴奋并没有能够持续太久。在一次参加聚会的时候，她和她的对头撞手袋，对方一眼看出假手袋的破绽，故作诧异地大声说，原来你的是假的。于是她无地自容，落荒而逃。

看到这里，我的想法是，这个女人可怜，不能生在中国。在这里，满大街的店铺挂的琳琅满目的，都是她想要的东西，只有抱着孩子问"毛片要吗？"的中年妇女才会把货品隐藏在小巷深处，如果她对品质的要求不是特别苛刻的话，那么在名列世界500强的超市中，也可以找到她心仪的身影；在这里，250美元的天价换来的肯定不是一只手袋，而应该是八到十个；在这里，假手袋不论形神一定酷似真品，绝对不会有让人能一眼看穿的破绽。

曾经在网上流传一个故事，说一个中国女人在巴黎，她的假LV手袋拉锁坏了，她自信而镇定地走进专卖店，要求修理，结果她受到了殷勤而专业的服务，从此她的假手袋获得了一个真拉锁；在这里，即使在聚会上撞手袋也算不得什么要紧的事情，也许这两个女人在秀水街、在襄阳路的小摊前，已经无数次地擦肩而过了。

最近在网上论坛看到网友自发的两项调查，一是"如果在街上碰到有人用假名牌，你能一眼看出来吗？"一是"你会去买假名牌吗？"调查的结果不重要，尤其是前一项调查，帖子最后转换了主题，因为一个女人讲了她在街上看到某人用假名牌之后当街嘲讽的故事，之后长达几页数百帖的跟帖，演变成为众人对这个女人道德修养的指责以及她对于众人仇富心理的还击。但是不可否认的是，假名牌已经深入我们

的生活，无处不在，这些熠熠生辉的奢侈品继不再挑战我们的钱包之后，慢慢地也不再挑战我们的道德底线。

有个朋友有一点切身的生活经验，她说走在外国的大街上，你拿一个假名牌手袋，没有人认为是假的；走在中国的大街上，甚至是五星级酒店里，你拿一个真名牌手袋，投过来的目光仍然将信将疑。她的这番感悟之后的行为是，在出国定居前，赶去深圳罗湖商业城买了十个二十个手袋，并气势如虹地宣称："上那边一天换一个，震傻那帮鬼佬。"当然，我们对她幼稚的行为有保留态度，如今鬼佬没那么好蒙，秀水街和襄阳路的鬼佬比中国人多，出手也比中国人更加豪放，十个二十个手袋还满足不了他们的胃口呢。

在名牌打假的风声比较紧的时候，在新华网上看到一则贴心提示说，国家旅游局提醒出国游的旅客，为了避免不必要的麻烦，请勿穿着或使用假名牌，尤其是前往欧洲国家。我以为我那个朋友听到这个消息可能会有些沮丧，没想到她有些兴高采烈地说，打吧打吧，把假的都打跑吧。此话一出，我就知道此人上次去法国旅游，必定趁机吸纳了一个真手袋，方才如此胆气备增。

PRADA背后的经济学

香港时尚界人士邓达智最近写文章说，《穿PRADA的恶魔》虽然很热门，闹出了很大的动静，实际上却是连时装界的边都没摸着。电影里的那些钩心斗角看起来很可怕？不，实情比它更毒更刻薄更丑陋！至于那个已经被封为演技之神的梅丽尔·斯特里普，在电影中把成堆成堆的PRADA大衣往助理的办公桌上掷，可是在这位邓先生的眼中，演技之神根本就没有穿出PRADA，而是以一个太美国太大路货的形象，演绎了一个步入高龄的阿婆。

这个刻薄的结论让我非常之郁闷。虽然我很同意他说的，这部电影没有能够在斯特里普身上拍出PRADA名字背后的道理，但是如果影后仍然穿不出PRADA的风采而被他讥笑为步入高龄的阿婆的话，那世界上还有多少人适合穿PRADA呢？

正在我忧伤的时候，一个远在日本工作的男同学，发了一堆劳力士手表的图片给我，说让我帮着看看，打算买一个。我说，有钱我也反对买劳力士，第一这个品牌在亚洲已经彻底被暴发户化了，你做的是法律界的高尚职业，不应该去趟这浑水；第二，劳力士在中国A货的泛滥程度可以与LV媲美，你花了几万的银子买回来，等你一回国，就立马被打入A货的行列，怎么想怎么不合算。

他说，这叫形势逼人买，人不得不买。日本就是一个这么虚荣的、崇拜名牌的国度，工作一两年的小男生，每个人手上都戴一块明晃晃的劳力士，像我们这个年纪的人，一伸出手来胳膊上没有一块劳力士壮胆，那是一定被人鄙视至死的。所以，他说，我们应该很庆幸自己是个中国人，没有受到以虚荣为荣、不虚荣为耻的思潮的影响，否则……他顿了顿说，你这个年纪还不穿PRADA，那也基本不用混了。

我很心虚，但是我咬牙说，我这个年纪，属于勉强还能穿MIUMIU，不到逼不得已，绝不往PRADA身上靠。再说了，虚荣心虽

然人皆有之，可是君不见上海的小白领们买LV手袋出门就坐公车，吃两个月泡面，已经沦为全中国人民的笑柄了。这就是虚荣的下场，前车之鉴，不能不鉴啊。

他就说，有一个叫加尔布雷斯的经济学家，有一套著名的理论，他说如果花500美元吃一顿晚饭，跑堂的伙计就能够因此受益；买一只价值100万美元的钻戒，钻石矿工就能够过个好年……可见虚荣心能够产生出巨大的社会经济效益。这几年中国的媒体明里暗里地鼓动民众崇拜奢侈品消费的心理，一讲到社会名流、富户商贾、明星、跳水运动员，都喜欢说他们又在某处一掷千万金买了豪宅了，他们开的是什么什么车，私会情郎的时候拿的是什么什么手袋，两人喝了一瓶价值多少的红酒。想一想，按照加尔布雷斯的理论，这些名流们的消费，为社会做出了多么大的贡献，解决了多少就业问题啊。

我突然想到，获得了诺贝尔和平奖的孟加拉银行家尤努斯，他因为向穷人发放小额贷款，打动了诺贝尔奖的评审委员，认为这种方法能够促进民主和平，一定程度上解决穷人脱贫的问题。所以这位曾经努力想获得诺贝尔经济学奖的经济学家和银行家，阴差阳错得了个和平奖。可是，如果按照加尔布雷斯的理论，那诺贝尔和平奖最应该给的，就不是他而是败金女帕丽斯·希尔顿（Paris Hilton）了。

说到这里，突然想起上海电视台一个办了好几年的真人秀节目，类似于《学徒》的那种，要开新的一季，于是在电视上天天打广告，问大家一个问题："如果你有100万，你会怎么办呢？"广告中出现了许多个上海年轻男女，面对电视镜头，他们没有说要买10个劳力士或者买50件PRADA之类的话，但是他们说，我要在上海市中心投资房地产、我要盖一个室内篮球场、我要开一间咖啡馆……只有一个国籍不明、大着舌头说中国话的黑人说，我要帮助那些没有爸爸妈妈的孩子们。

革命式血拼

说到血拼，你脑子里会出现什么？纽约BOXING DAY早上在商场门口等五折苹果电脑的长龙？新加坡GREAT SINGAPORE SALE的人山人海？香港打折季节传说中会半价的GUCCI？还是上海cheap road（七浦路的戏称）那便宜得似乎不要钱的衣服？广州上下九几十年如一日震耳欲聋的音乐声，又或者是郭德纲在相声《我要旅游》中一本正经地告诉大家："知道去巴黎到哪儿买东西吗？动物园对过，记得说拿货。"

是啊，这些都是传统的血拼场所，现在是，以后也许还会是。可是，纽约、新加坡和香港虽然美妙，对于大多数人来说，仍是远水解不了近渴，比如我的一个小资女朋友，每年一有假期立刻登飞机去香港，小住几日。每次回来就哀叹，一两万块钱跟没有钱一样，买不了几件东西，基本满足吃喝和住宿就空袋了。七浦路和动物园，如雷贯耳，攻略如下：一大早将自己往欧巴桑气质打扮，手提黑色大塑料袋，在狭窄在摊位之间以指点江山的熟客口气说："这件，那件，先拿两个中码的回去卖卖看，好走我再来。"据说只有这样，能骗过或者假装骗过精明的摊主以批发价格拿到衣服，很有斗智斗勇的快感。问题是，这些地方的购物环境，连聊胜于无都算不上。

那么，为什么不上网去买衣服呢？也许有人仍然对网购心存余悸，无法理解这种不见实物就付钱的行为，"那可是衣服啊，要往自己身上穿的，合不合身好不好看，光看图片怎么行呢？"这种想法曾经成为电子商务在中国发展的一个障碍，但是现在已经OUT了。你不是怕光看图片看不出实际效果吗？卖家们在图片上下大工夫，将劣势变成优势，用海量的全方位的精美图片，来击破女人的心底防线。

曾经有卖号称原单、尾单的，实际是防单或者干脆是假货的卖家在店铺堂而皇之地用品牌官方网站上的图片来诱人上当，如今taobao上几个"皇冠"信用级服装卖家，他们才不屑于这么做，他们所有的照

片，都是实物图。只是，他们会将服装摆放得有立体感，专业打光、专业摄影加上后期专业PS，那效果，看起来就三个字：“真不错。”这还不算，你不是担心衣服的尺寸和面料吗？卖家会将领、袖、胸、臀、长等所有你需要了解的尺寸全部写清楚，包括衣服的大图、细节图、标签图、洗标图全部详细登出。还在担心衣服上身的效果？卖家有时候亲自披挂上阵，穿上这件衣服真人秀一把，除了秀出衣服的美感之外，更秀出店主诱人的小腰和长腿。面对一片惊叹和赞美，店主MM羞涩地说，过奖啦，偶的身材很一般哦，身高只有160，体重也有100斤呢，这种扔大街上找不出来的身材，能表现得如此之好，可能全是这件衣服的功劳哦。这句话对80%的女人都有杀伤力，剩下的20%可能还有残存的理智想起来，世界上还有一种叫PS的东西。

不可否认的是，面对电脑屏幕中这样的阵势，女人的购物冲动出现井喷。我曾经见到过有“0秒拍”这种疯狂的行为出现，也就是说一件衣服在网上登出来的那一瞬间，就有一早等候在旁的女人将之拍下。0秒，神仙也看不清这件衣服究竟长什么样，但是人家说了，这就是网购带给我的全新购物体验，我乐意！

让打折见鬼去吧

四五月的时候，总是我和我的女朋友们生活最找不着北的时候，这时候春末夏初，天气白天热晚上还有点寒，说去旅游吧，刚刚从黄金周的人潮噩梦中恢复过来，至少有三个月“谈景色变”。说去运动，据说春末的紫外线最可怕，擦多少层防晒霜都没有用。当然这是托词，其实在偌大的北京城，能东西城纠集人马，人人都有空闲参与健康运动的机会，一年也就一两回。说去看电影，一众人马一副劫后余生的模样说，以后看电影，一定先去土豆网预览一下，确认值得看再去电影院。不为那沾着血汗的50元，实在是因为如今靠谱的电影不多了。说去逛街购物，本来应该最是人人响应的一项提议，却招来哈欠连天：现在不是打折季节啊，有什么好逛的?

男人通常都不能理解女人见到SALE字样时那种血脉贲张的感觉。其实很简单，几乎每一个女人都有过类似惨痛的经历，当一条美丽的裙子刚刚上架的时候，那美丽繁复的花朵，那精致优雅的剪裁让人一时头脑充血，忘记了它那可耻的价格，兴冲冲掏出信用卡买了一件。回家收进衣橱，只等着某个合适的时间地点。那个合适的时间和地点迟迟没有到来，可是商场打折的时间却以迅雷不及掩耳之势到来了。依然是那条裙子，依然是那令人动心的剪裁，而它的价格，却剩下了一半。怎么办？女人通常银牙咬碎，回家立刻翻出那条没有来得及穿上身的裙子，白天黑夜地穿，逢人就似祥林嫂一般诉说：“我的这一条，是原价买的！”当然，她们多半不炒股，不然她们会趁低再买一条，以摊薄成本。如此一而再再而三，不再打折的商场终于人口凋零，女人宁可在家看选秀或者上网看言情小说，美其名曰养荷包。

据说，这一现象最近因为某两个欧洲“廉价”时尚品牌的进入而获得了改善。八卦杂志说，身怀六甲的购物狂张柏芝在H&M香港店开张的时候，也想前去凑热闹，却被汹涌的人潮阻止了脚步。北京的世贸天阶是什么时候开的？很多人可能不知道，又或者他们根本就不知道

北京还有一家这样的商场。因为知名度不高，人流不旺，世贸天阶一度成为喜欢悠闲散漫式逛街者的第一选择，在货架间自由地行走，累了坐在咖啡厅看窗户外无所事事的鸽子，也不失为一种逛街方式。不过这一现象可能因为一个品牌的到来而有所改变，因为著名的西班牙平民时尚品牌ZARA把在北京的第一家店开在了世贸天阶，一时之间，满城尽见小资们交头接耳，天阶在哪儿?

ZARA的到来绝对是城中盛事，而另一家与它一向相提并论的瑞典廉价时尚品牌H&M的进驻中国，更是引起轰动。据说在上海旗舰店开业的那一天，新闻记者拍到了店门口一群男女老少排队拿号等待进场的壮观场景。当然，也不排除中国人喜欢凑热闹的劣根性，压根不知H&M为何物的老太太，看到有人排队唯恐自己落下了好处而不问青红皂白先排上再说。但是，说到底，这两个品牌在短短的几年时间内席卷全球，成为超越服装行业的社会性话题，绝对有其奥妙。

我也是一个有劣根性的人，那一年在多伦多，正在无所事事地逛MALL，突然发现一向门庭冷落的MALL内某处地方人声鼎沸排长队，于是鄙人也二话不说排了一个。进门一看原来是家服装店，心中想可能是大出血跳楼价吧，不然怎么会有这般如过节一样的景象，连试衣间门口都排上了队？于是随便抓了几件，往身上比画了一下，感觉尺码差不多，就买单出门。到柜台一问，原来并无折扣，好在价格也并不贵，于是带着疑惑出门，回家上论坛发帖，问众人是否知道这是怎么回事？有跟我一样无聊的人回答道，能让人排队，尤其能让那么多多伦多人排队的事，肯定也是有便宜的事啦。再回头一看新闻，原来就是H&M多伦多店开业。于是那里成为我在无所作为的非打折季节打发时间的一大去处，不见得次次有收获，只是看着那些平易近人的价格，心中有一点快乐的感觉。

当国内不知名小品牌服装进入商场，并以每年20%的幅度上调价格的时候，ZARA和H&M的出现成为全世界女人的救星。财经杂志说，这两个品牌近年来以非同寻常的速度扩张，因为他们采取的是与

传统服装行业截然不同的营销策略。著名经济学家郎咸平教授专门以这两个服装品牌为案例，总结出服装行业的本质，就是快速的时尚消费，紧贴市场，市场流行什么，十二天之后，打着ZARA或者H&M品牌的类似设计就会登上货架。设计绝对潮流，还有可能引导潮流，比如H&M，就会请一线大品牌的设计师来设计，剪裁做工也还不错，价格合理，一件T恤99、一条裙子299，更重要的是，款式多而数量少。299的裙子你还习惯性地嫌贵，想着过两三个月，或许就打折到了199甚至99？也许你能等到打折的那一天，却一定等不到你心仪的裙子躺在打折的花车中。因为款式翻新极快，两个月前的款式再好看，也不会加量生产了，而上一批生产的有限数量的它，早已经穿在大街小巷的女子身上招摇过市。而深信打折之道的你，如今明白了一个道理，就是过了那个村就再也找不到这个店了。

郎咸平说，这两个品牌抓住了服装业的行业本质，而对于我们来说，以这种方式强行改变打折强迫症似的消费习惯，也有如脱去桎梏般的轻松。是的，让打折见鬼去吧。

白，永无止境

世界上所有的人都喜欢追求自己所不曾拥有的东西，比如穷人想有钱，有钱人说想过平淡简单的生活；没考上大学的学生们天天喊“我要上学”，考上大学的年轻人很痛苦地问：“我是不是应该退学去创业？”身材纤细的女孩想丰满，丰腴的女子一天吃一个苹果以达到减肥的效果。总之就是一句话，围城外面的人想进去，围城里边的人想出来。事业如是、婚姻如是，连肤色亦如是。

为了美，你愿意花钱还是花时间？皮肤白皙的西方人向往健康的古铜色皮肤，每年一到夏天就去休闲海滩曝晒，没有时间去海滩的，还想出在室内用紫外线照射的办法来达到美黑的效果。亚洲人的肌肤细腻柔嫩，在西方人看来类似陶瓷，而我因为有一次在商场做皮肤测试，对“你的皮肤曾经几次被晒伤？”的问题填上了never的答案，而导致BA的大惊小怪和无比艳羡，可见他们对亚洲人的皮肤还是颇向往的。可是，我对自己的肤色也极为不满，因为不够白。

一白遮百丑这句古谚流传至今，可见有其坚实的群众基础。事实上，我们在文学小说中也往往能得出这样的结论，就是美的级别和白的程度是成正比的。比如在金庸的小说中，虽然偶然出现一两个皮肤微黑的性格美女，但是大美女如黄蓉，一定是脸庞雪白，眼如点漆的。比黄蓉更高级别的超级美女小龙女，则拥有躲在古墓中二十年不见阳光造就出来的如冰雪一般的白皙皮肤，一般人不可能为了阻挡黑色素的诞生而把自己关在黑房子里如此多年，所以一般人也就美不到这个程度。比小龙女更美的，就是倾国倾城，容颜绝代，一笑能够化干戈为玉帛，一自杀能化玉帛为干戈的香香公主。她的皮肤白到什么程度呢？小说中有描写，说她抬起了手腕，因为皮肤白到透明的程度，所以在白衣服的映衬下，几乎都看不到手的存在。

当白和美紧密联系到一起之后，美白就成了从古到今不可逆转的千年潮流。现在大概只有日本艺伎才会把自己的脸涂到和立邦漆一样

的白了，但是据说在中国古代，无论男女，都喜欢在脸上敷粉，而且是生怕“谁都看不出我擦了粉”。他们所使用的粉，大部分是铅粉，讲究一点是米粉，没有卫生标准，更容易致癌。可惜他们不仅没有意识到这一点，有部分人还因为化妆程序过于繁琐，而选择不洗脸，也就是说，我们现在经常嘲笑韩剧里面出现的贵妇人顶着一脸大浓妆睡觉的景象，其实在中国古代是颇为常见的。更狠的是，据说还有人吃砒霜来使脸部皮肤变白，结果是可以想象的，轻者牙齿中毒掉落，重的身体中毒死掉。

现代科技发达，大家都已经知道铅对皮肤的害处，因此利用化妆技术使自己看起来比较白的办法已经落伍了，高明一点的讲究你看不出我擦了粉，更高明一点的，讲究你以为我擦了粉，其实我天生丽质，自然皮肤表面就是这么的白。正是因为大家开始相信无论是日本制造还是法国制造，无论是西方技术还是汉方科技制造出来的粉，始终都对皮肤有害，于是美白护肤产品开始大行其道。广告上用“一道光”这样惊世骇俗的词语来描述PS过的模特（而且还是白种人）的白皙程度，又或者宣称产品中含有酿酒程序中提取出来的某种物质，不仅让人白，而且白得晶莹剔透。可惜这一产品，在去年被揭发含有有害物质而信用度直线下滑。今年据说重新上架了，不过原来密集轰炸的广告，却再也没有在电视上见到过。

经此一役，渴望美白的女性们意识到，美白似乎不太可能由外而内，现在最大的希望是从内部开始，由内而外地去改造。于是中国古方又一次被翻出了台面，只不过这一次大家翻的是医书，是秘方，甚至是《齐民要术》，书里面记载的那些玉蓉散、莹肌如玉散、八白散之类的方名，听起来就像是活生生的小龙女和香香公主在向我们招手。

效果究竟几何？书上只说有用，没说多长时间见效。好在这些散多是以那些以“白”字开头的中药制成，吃毕可能容易导致体质虚寒，倒也不至有中毒之虞。据说英国现在已经上市了一种新型的生物药

剂，吃下去就能让想拥有古铜色皮肤的白种人迅速安全地梦想成真。可见美白或者美黑，都要由内而外，东西方终于在路径上殊途同归了。

妈妈的护肤品

据说美女的培养也要从娃娃抓起，真正对女儿有高度期望的妈妈，会在女儿小时候就做足功夫，吃豆腐、洗牛奶浴、用鸡蛋洗头。可是像我这种对外貌的重要性后知后觉的人，只记得小时候严寒的冬天，妈妈用热水替我洗了脸，硬摁在椅子上替我涂上了一层黏糊糊香气扑鼻的护肤品，名字不记得，但是我记得当时脸上那种不舒服的感觉，所以后来一看到妈妈有替我擦脸的迹象，立刻逃走。

但是那已经是很久远的事情了，从望风而逃到羞羞怯怯到百货商店给自己买第一支名字叫“绿世界”的洗面奶，再到洗面奶化妆水保湿霜配齐，再到开始用高丝、用欧莱雅一直到倩碧、兰蔻和雅诗兰黛，大概花了我十年的时间。如今也是一洗手间的瓶瓶罐罐，几乎没有一瓶东西可以用到见底，也几乎没有一瓶东西可以有效到令我第二次购买。生活总是一遍一遍地重复，每天早上望着镜子中的自己心灰意冷，把自己的脸放到放大镜下面研究，哪里有了一颗痘痘，哪里多了一条皱纹，哪里貌似雀斑哪里神似脂肪粒，对现有的东西永远失望，有效的那一瓶永远躺在商场化妆品灯火辉煌的柜台里对我熠熠生光地诱惑着。当绝望到一定程度的时候，我终于想，是不是要去买LA MER试一下？它包装简单，价格昂贵，却在传说中令它的创始人，一位面部烧伤的前美国太空物理学家重新获得了光洁的皮肤。

令我放弃这一想法的原因有三点，一是，我认为在我还没有拥有一只一卡钻石戒指的时候就用钻石粉末来去角质是一件极度不理智的行为；第二，以我这种对效用极为期待过高的性格，我担心再度失望之后，就没什么可念想的了，所以不能自己掐灭了梦想的火苗；第三，是我欣喜地发现，现在的时尚是复古，穿衣打扮是这样，我高中时候最日常的头戴发箍身穿背带裤的行头，如今翻出来走大街上绝对是名副其实的潮人，护肤品亦如是。十年前羞于拿出手的大宝、美加净、宫灯、蜂花和片仔癀，如今不仅卷土重来，更因为其“国货”和“安

全”的卖点，成为时尚女生们的新宠，尽管在很多人的童年，这些国产名牌已经开始式微了。

这股国货风潮的汹涌袭来实在有些令人惊讶，因为每一个名牌的诞生和风行，背后都有一段令人心驰神往的故事，有讲高科技的，有讲创新的，有讲矿物含量的，又或者新兴品牌如安娜苏那样讲包装的。但是，这些延续了二十年前的包装、延续了二十年前扑鼻而来的香味、延续了二十年一贯不打广告的国产老品牌，凭什么获得年轻善变又挑剔的女孩芳心呢？据说，是因为对国际名牌的失望，是因为经管知识的普及让大家知道名牌的价格有一半用去打广告，让那些光彩照人的模特给赚走了，也听说一贯对护肤品极有研究和独到心得的日本人，其实明里将SK II卖到中国，暗里将大宝美加净贩回日本，在网站上大肆叫卖。总之，不论是什么原因，中国女人们醒悟了。

她们开始在商场中寻找，不过商场尤其是大型商场的柜台已经基本被国际品牌占领，难以寻找到这些新时尚宠儿的踪迹了。在超市里有一些，比如蜂花、百雀羚和美加净。一些更加冷门的品牌，像凤凰甘油一号、蛤蜊油、紫罗兰沉香粉、谢馥春鸭蛋粉这一类的，就只能到网络上去购买。在购物网站上，专门有卖国货化妆品卖到四钻的大卖家，她们就靠这些卖出价格大部分在十块钱左右的护肤品，赚到了不少的钱。

这些妈妈曾经用过的护肤品，真的有用吗？我曾经跟风买过网络上好评如潮的谢馥春鸭蛋粉送给朋友，据说可以当散粉用，而她的评价是，除了包装雅致一点之外，也就比石灰粉略强一点。但是为什么还有那么多人趋之若鹜呢？大部分人的回答还是怀旧：“让我想起了小时候妈妈身上的味道哦。”还有一部分人的回答是：“与其对400块钱的东西失望，不如对10块钱的东西失望，反正都是失望。”

理想瓜子脸

李安一直是我很喜欢的一个导演，他的电影从《喜宴》开始，一直到《卧虎藏龙》我全部都有收集。李安自己写过一本《电影梦》，书里对他所拍的所有电影的台前幕后，都有许多出人意料的花絮描写，实在适合我这样对名人八卦颇有兴趣的人看。讲自己的电影，当然免不了大张旗鼓大书特书那部给他带来奥斯卡小金人的武侠巨献《卧虎藏龙》，除了讲自己如何导、演员如何演之外，更不能忘了感谢音乐和服装设计。

《卧虎藏龙》的服装设计叶锦添在业内一直都声望甚隆，只可惜《射雕英雄传》之后，也兵败麦城，难逃千人同骂的遭遇。不过李安还是很欣赏他，在书里大赞叶大师的服装设计如何贴切精妙。他花了整整十页的篇幅，来描绘他心目中的最佳设计——就是玉娇龙去偷剑时候穿的那身黑色夜行服。那套夜行服融合在暗暗黑夜中，我除了记得两条人影在城墙上飞来飞去之外，一点印象也没有。不过李安说，那套夜行服的点睛之笔在于脸上的三角形面罩。他说这个遮面的玩意儿，不能太大，大了就粗俗，不能太小，小了就起不到作用，不能太高，不能太低，不能太多，当然也不能太少，总之是恰到好处，凸现出面纱下女演员那张“欲盖弥彰的瓜子脸”，娇艳而神秘。为了达到这个效果，非叶大师亲自出手来系不可，其他人来动手，总是差那么点意思。

看李安说得这么投入，我忍不住怀疑大导演是不是对“瓜子脸”有那么一点不可告人的情结。那么，什么样的脸蛋，算是标准的瓜子脸呢？百度告诉我们说，伯拉克西特列斯的著名雕塑《尼多斯的维纳斯》的面部是公认的魅力样板，得到全世界人民的喜爱，那是因为这座维纳斯的脸，从发际到下颌的长度与两耳之间的宽度之比，完全符合黄金比例，也就是传说中的瓜子脸。看到这句话，再从网上搜出维纳斯的图片来对比，前半句不能不同意，后半句，我只能代表全体中

国人民表示怀疑——这样的脸算得上瓜子脸？那让李安大导演念念不忘的章子怡的脸，让全中国女明星咬碎银牙的范冰冰的脸，算什么呢？

中国传统审美观对人的面部美特别重视，中国古代画论中有“三停五眼”的说法，说的是人的面部正面观的纵向和横向比例关系。“三停”是指将面部正面横向分为三等分，即从发际到眉线为一停，从眉线到鼻底为一停，鼻底以下为一停。“五眼”是指将面部正面纵向分为五等分，以一个眼长为一等分，即两眼之间的距离为一个眼的距离，从外眼角垂线到外耳孔垂线之间为一个眼的距离，整个面孔正面纵向分为五个眼的距离。凡按照“三停五眼”的比例画出的人物脸型都是和谐的。但是，这种脸型并不一定就是指的瓜子脸，又或者即便瓜子脸在众人的眼中特别的美，那也在很大程度上是因为作家或者美术家们从审美的角度来说的，如果让算命先生来发表观点的话，也许他们会说，国字脸的脸型是最好的。

史书上描写一代女皇武则天，曾经提到她原本没有名，是唐太宗赐了一个媚字，说明此女子妩媚动人，至于她的长相，书上说了四个字：“广额方颐”。也就是说，武则天这样贵不可言的好相貌，实际上说白了就是大脑门方下巴。武则天的照片是看不到的了，不过照相机发明之后的几个贵人的照片，还是可以参详一下的。如果说光绪的皇后末代的太后隆裕的长相，并没有太多参考价值的话，那么慈禧太后的脸型，怎么看，也是和大脑门方下巴更为接近，与瓜子二字，恐怕是挨不上边的。

即便如此，对于瓜子脸的追求，依然争先恐后，死而后已。据说因为明清时候封建礼教的压迫，导致文人们对于女性的审美更加倾向于纤细的、病态的、楚楚可怜的。这种审美情趣往下就体现在三寸金莲上，往上则体现在瓜子脸上。这种说法，用来推断明清时候文人画上一水儿的瓜子脸美人是成立的，但如今改革开放N年，西风早已经东渐，无数姐妹们都发表宣言要以生一个脸阔鼻方深沟高壑的混血儿

作为人生目标的今天，女人们对于瓜子脸的渴望，则完全与礼教无关，却可能与科学技术的发展息息相关。因为无论是数码相机、摄像机还是电视机镜头加上电视机屏幕，对于人脸的横向放大作用都是蔚为壮观的。

你在镜子中左顾右盼，看一百次有九十次能肯定自己长了一张如假包换的瓜子脸，往电脑屏幕上一放，毫不迟疑地就成了一张大扁脸，这口气，的确很难咽得下去。可是你无法把镜子中的瓜子脸传送给电脑网线那一端的网友，也没有办法一夜之间解决这种电子仪器自动拉宽人像的技术难题，那么相比较之下，“瘦脸”就成了难度最低的一个选择。

据电视广告说，用一种肥皂洗脸，就能以排除滞留脸部软组织的多余间隙液、激活细胞的代谢功能及紧实局部肌肉组织来获得成效。据各路明星们说，按摩、通淋巴甚至把腰腹减肥膏擦到脸上，都能起到类似的效果。不过?医生告诉我们， 如果你的大脸是属于天生骨架宽大，那是怎么擦和按摩也无法去除的。除非在幼儿骨头未发育时利用按摩或睡姿来改变脸形，否则成年后你只好找整形医师做修骨手术，让宽腮骨削圆，才能达到小脸的效果。

这话听起来很可怕，把“施工”中的图片拍出来，更能把人吓死，但是女人往往比“你想象中更坚强”，挨一刀就能换来梦寐以求的瓜子脸，在床上辗转反侧数日之后，总也抵挡不住那诱惑。此风一开，只可怜电视上那些千娇百媚的女明星们，成千上万个在下巴上装着假体两腮磨去骨头的女人在她们的照片上寻找着相似的物什，找到一个便长出一口气：“切，原来也不是原装的，有什么了不起。鄙人若是下得去狠手，全身上下一翻修，比你也差不了多少。”

盖因瓜子脸和大白菜一样，物以稀为贵，当它可以用钱换来的时候，也就不那么值钱了。

假发

说起假发，脑子里第一反应是什么？首先，可能会想到浪漫的巴黎贵妇人们那直上云霄的假发，据说会有几十公分高，里面填充着鸡毛羊毛，非但热得要死，还时常会有虱虫爬进爬出，不能不让人感慨，女人为了美什么都干得出来。其次，大概会想起在香港电视剧或者外国电影中还见得到的那些戴着银白色假发的律师和法官。据说这个传统的由来是因为那时候人们觉得银白色头发令人看起来更加威严——这一点我非常同意，但是不代表我也同意假发，尤其是看起来就很假的波浪型假发也能产生同样的效果。再次，可能是一个中年大叔散发着油光的地中海，类似于常见的某某101广告中的形象，是的，为了遮丑，他大概会拥有一顶一丝不乱的有些刻板的假发。不管怎么样，这最容易产生的三个念头，就代表了假发的三个用途，遮丑、美观或者彰显身份。

除了律师法官的假发用途在中国内地没有表现之外，其他两项用途在中国是早有典籍佐证的。《庄子·天地》里就提到，上古虞舜时代，秃者已开始佩戴假发。而《诗经·召南·采蘩》就描绘了为公侯养蚕的蚕妇们头上绾结的假发高高耸立的样子，充分证明了在东周初年，佩戴假发就是一种流行的妆饰，在这一点上，中国的女性又一次走在了世界的最前端。不过，几十年前的某个时刻，当中国的女性从老到小突然一刀切把自己的头发剪成了“刘胡兰”的模样之后，假发的美容作用逐渐为人们所淡忘，这一个在诗经《采蘩》有着“被之僮僮，夙夜在公。被之祁祁，薄言还归”这样美丽描写的假发，最后成了地中海大叔的专用品。

但是，不知道从哪一天起，假发突然卷土重来，大行其道起来。不仅在街上能看到许多卖假发的小店，还有专门的假发批发市场，还出了专门生产假发的上市公司，成为全球最大的发制品企业。以前，这家公司是专门接订单替外国公司生产假发，如今中国的假发风潮开

始兴起，国内的专卖店也应运而生了。消费假发的都是些什么人？据调查说，以18岁到25岁的时髦年轻女性为主。

她们买假发，有一个重要原因是，时尚的风头太难捉摸，飘忽不定。去年还流行长卷发，今年突然就该改BOB头了，去年刚染的颜色，今年突然全世界都改黑头发了，连好莱坞的女星都时不时以黑发形象示人——可是，细心看，过不了几天重新亮相的照片，人家的头发又黄了，谁的头发经得起这样的折腾？事实证明，谁的头发也经不起这样的折腾，秘密就是，她们拥有一顶黑色的假发而已。所以，面对汹涌而来的短发风潮，许多人身不由己地加入了假发大军，是啊，谁知道明年会不会又流行起超长的头发呢？剪一个BOB头容易，可是从BOB头再去追赶柔美长发的潮流，可就费了大劲了，所以不如花一百块钱买一顶假的，先戴过这一阵潮流再说。

买假发的第二个重要原因是，姑娘们对现在的理发店失望太久了。现在想去理发店，总要再三再四地下定决心，对自己说一百遍“相信你自己，没错的”，才能跨进那个门之后不会被宰得失血过多地走出来。想想看，从坐下洗头那一刻开始，洗头小妹就会机械化地批评你的头发太干，需要做护理，发膜做一次当然不够，得长期坚持。造型师走过来，伸手一扒拉你的头发，如果你是卷发，他会立刻建议你拉直，如果你是直发，会立刻建议你烫卷，如果你是黑发，会说做一点颜色比较精神，如果有颜色，会说好久没做了吧，颜色都褪得差不多了，我们有一种产品颜色不容易掉，做起来一定会更好看哦。如果你一概说不，坚持说我只要修一修就好，他会气冲冲地拿起剪子，按照他的想法加上时下最流行的发型坚定不移地剪下去——这几个月，流行的是厚刘海，上帝保佑，上半部爆炸式下半部长直发的少女发型终于过去了——这个时候你如果还在说不，那么他会认为你对艺术很不尊重，甚至阴阳怪气地说：“小姐，您跟时尚已经脱节很久了吧。”

在这种行业风气的威慑下，把去理发店次数减少到一年一次，任由头发自由生长的我由衷地认为，假发的出现是广大妇女同志的一颗

救星，它打破了理发店的垄断，让我们真正拥有自己想要的。是的，每一件东西的流行，都是有其深刻的社会经济根源的。

像明星一样坐飞机

已经习惯了坐飞机出门，已经习惯了机场的日渐嘈杂和日益严重的晚点，已经习惯了在飞机上闷头睡觉，转机的时候随便抓个小姑娘聊天侃大山，打发无聊时光。不过那一次，从北美坐了十几个小时飞机回来，到汉城机场的时候是当地时间凌晨2点，还要等四五个小时才能转机回来。于是几个可怜的转机人困在椅子上睡觉、打牌、看碟、聊天。因为素不相识，也因为在旅途中，谈话内容难免各自讲去过什么地方，见过什么奇闻轶事。那日我抖擞精神，从美洲讲到欧洲再讲到中东，把那个留学生小姑娘讲得一愣一愣的，就快将崇拜说出口了，这时候金鸡破晓东方露出了鱼肚白，汉城机场从睡梦中醒来，一群空姐拖着行李箱踩着半高跟鞋谈笑着走过，在我们对面的椅子上坐下，一起从包中掏出跟发的似的LV皮的记事本开始开会。留学生小姑娘立刻被她们吸引了注意力，努力听了一会儿电视中如今出现频率仅次于汉语的韩语之后，回头跟我说："看人家光彩照人的，哪跟咱们似的蓬头垢面。"

我郁闷了，讲了大半夜的趣闻抖了一地的包袱，就因为几个空姐的出现，我立即被那个小留学生划为和她一类，可是到洗手间照照镜子，经过十几个小时飞机折腾的自己，除了蓬头垢面，也的确没有其他词语可以形容。

于是我开始恨那些影视剧，剧中的女主角们无论坐了多久的飞机，坐的是直升机公务机还是大飞机，从机舱中下来走在机场长长的甬道上，永远是那么光彩照人，头发一丝不乱，裙角飞扬，高跟鞋走得劲儿劲儿的，仿佛刚刚从化妆间中走出来一样——实际上，她们也的确刚刚从化妆间里走出来，我想，我就不信，就算天仙化人，能抗得住飞机十几个小时的折磨，据洗发水广告说，飞机的干燥程度可是沙漠的好几十倍哪。

现在网上能搜到的坐飞机攻略说，像明星一样走下飞机，不是不可能的哦，因为没有不美的女人，只有懒女人。同理，没有不美的旅行者，只要你照着攻略上说的做，就一定能保持着美美的仪容。首先，在上飞机的头一天，在家里亲手做一顿美味可口又营养的饭菜，当然以蔬菜和水果为主，放到冰箱中，第二日带上飞机以代替可怕的飞机餐，吃得好才能保证心情好。第二，所有人睡觉都会把头发睡得乱七八糟，所以应该在出门之前洗头，在头发还没有干透的情况下编一个麻花辫并盘成发髻紧紧地盘在头上，这样睡觉就不会弄乱头发，到了目的地将头发放下，哇，还有天然的波浪动人心魄哦。第三，在飞机上要保证睡眠，睡觉姿势肯定不如床上舒服，这样会对皮肤产生不好的影响，所以记得带一条丝巾，注意，得是真丝的，睡觉时候铺在枕头上，又软又滑，绝对不伤皮肤。第四，就是常听人说的，做面膜保湿了。

这几条攻略，听起来似乎不难，写攻略的人说，只要做到以上几点，保证让在千里之外等待爱人的那个他，看到你的一瞬间有看好莱坞黄金时代经典电影的感觉。我心动不已，仔细研究准备实施。第一条不用看就否掉了，出门前收拾东西都要拖到最后一刻的我，实在不太可能专门做一顿飞机餐，而且做这顿饭之前还有工程不小的买各种蔬菜水果的过程。第二条也不可能，因为中医说，头发不干透就盘在头上，容易有头风，得头痛病。而且我很难相信一个人能头顶一个发髻呼呼大睡。第三条似乎难度不大，可是当我带着丝巾上飞机，拿着枕头比划了半天之后才不得不告诉自己一个真相，写攻略的人说的大概是头等舱。至于第四条，我根本就没有列入实施计划，除非飞机上某天有个小孩实在不安分太过吵闹，涂一个大白脸吓唬他一下，倒不失为一个好办法。

怎么办呢？看完攻略，我一如既往拖着我的大箱子，冲杀过安检，在航空管制中排着一个小时又一个小时的队，精疲力竭睡眼惺忪

满腹怨气，一厢情愿地相信，相比较电影女主角的意气风发，在千里之外等我的那个他，更爱我被飞机摧残的脸容。

减肥时代

据说所有的男生都是反对女生减肥的，又或者，他们支持自己触不到的女生减肥，因为养眼，同时他们强烈反对自己的女友或者太太减肥，因为怕半夜摸到一具骷髅吓醒。为此，他们经常用一些语重心长的大道理来劝说爱好减肥的女性。比如，太瘦了对身体不好，这是最常见的。比如，胖也可以很美的，君不见体态丰腴的杨玉环，把见惯了风流人物的唐玄宗迷得五迷三道。再比如，据说从历史走向上分析，一个社会经济发达国力强盛的时候，整个社会的审美取向会比较倾向于肥美一些的女性，比如中国的唐朝，再比如现在的美国。所以，男生得出结论说，中国经济越来越好，女人也应该越来越胖才好。

关于最后一点，女人有话说，谁告诉你美国人以胖为美的？对，美国的确大胖子遍地都是，但是科学家们分析过，胖，是因为垃圾食品吃得多，吃垃圾食品多的人，大多数收入不高。何曾见比尔·盖茨挺着个大肚腩出现？所以，在那个经济发达的国家里，胖也不是什么好事情。男人想提醒女人，女神凯特·摩斯也曾被人批评太瘦，指责她带坏了社会风气，但是女人们看着网络杂志上充斥着的欧美明星街拍的照片，看着妮可·里奇从胖到瘦的脱胎换骨，人气暴涨，脑子里只剩下了一句话，越瘦越开心。

减肥已经是一种社会风气了。前些年我发现了一个规律，就是人对钱的欲望是没有止境的。月薪一千的时候想，如果有五千我就知足了。到五千的时候想一万，到一万的时候想三万，到了三万，抬头看看，顶上还有无数百万富翁呢。这几年我发现，女人对于减轻体重的欲望，也同样是没有止境的。160的时候想，能减掉10斤就好了，120的时候想，100斤就标准了。等到了100斤的时候，去玛花纤体一看，一大把排骨妹在里面花上万块钱想把自己减到80斤。

减肥的方法很多，一开始我以为万变不离其宗，左不过就是三种办法，不吃饭，吃药（包括中药、西药和某些据说能减肥的茶或者如蛔虫卵之类的恶心玩意儿），还有就是锻炼。不过，这两年随着减肥意识的深入人心，我发现了各种各样的窍门，许多据说还是明星们传出来的。比如每天光喝酸奶；或者每天吃苹果和可乐；或者每天吃煮红豆，不加糖；又或者早中晚各喝三杯黑咖啡。对于这些不花钱很俭省的减肥办法，我抱怀疑态度，因为那些瘦骨仙一般的女明星，在公众场合说自己其实很爱美食，保养秘方是要多吃水果蔬菜，私底下流传这些没有科学依据的减肥方法，同时还为那些纤体公司拍大幅广告收取代言费。据某广告公司设计人员爆料说："扯淡。某女明星的纤体广告让人猛流鼻血是不是？那可是我们几个人不眠不休PS了几个通宵搞出来的呀。"

最后，不能不承认是否容易肥胖与每个人的体质有关，有人天天泡在鸡汤里也不胖，有人每天只吃一顿青菜去健身房跑三个小时，体重依然每日看涨。若要感叹上天如此不公，其实不必。某日看旧书，突然发现丰腴女性的领军人物杨玉环，内心也并不快乐。史传杨贵妃也曾减肥，她的方子比较风雅，是用的单味桃花。用桃花10克泡水，不时饮用，不但能减肥而且能使脸色白红润。这个桃花减肥法得到过李时珍的首肯，他认为桃花能"走泄下降，利大肠甚快，用以治气实人病水饮肿满、积带大小倒闭塞者，则有功无害"。厌倦了价格不菲的冷绷带热绷带的人不妨一试，不过效果恐怕很难保证，因为玉环，似乎以肥始，以肥终，从来不曾听说她变成了赵飞燕。

你为何那么晚睡?

1973 年，堪萨斯大学经济学教授穆哈默德·A.艾·霍迪尼先生完成了一篇经典巨作，名字叫《睡觉经济学》，宣称他首次发现并阐明了两个关于人类睡眠的基本定理。霍迪尼教授雄辩地指出，每一个具有正常理智的人，都会力求选择和控制自己的上床时间，以便使其效用水平达到极大化。经过一番眼花缭乱的数学演算，两大人类睡眠基本定理出炉，定理一：古往今来一切正常人，每天上床时间均相同；定理二：绝大多数正常人，每天均睡眠8小时。看到这里，是不是觉得这个经济学教授吃饱了没事干，花了大力气来论证这两条三岁小孩都知道的道理？没错，这篇文章本来就发表在当年《搞笑》周刊的第250卷第3721页。

当然，拿睡眠两个字玩花样，这位经济学教授远不是中国人的对手。在中医理论里，睡眠的讲究大了去了。比如，睡眠应该春夏秋冬各有规律。春夏应“晚卧早起”，秋季应“早卧早起”，冬季应“早卧晚起”。最好在日出前起床，不宜太晚。又比如，睡觉时应该头北脚南定位准确。因为人体随时随地都受到地球磁场的影响，睡眠过程中，大脑同样受到磁场干扰。人睡觉时采取头北脚南的姿势，使磁力线平稳地穿过人体，可以最大限度地减少地球磁场的干扰，使睡眠更加香甜。再比如睡觉的姿势要张弛有度，身睡如弓效果好，向右侧卧负担轻。研究表明，“睡如弓”能够减小地心引力对人体的作用。由于人的心脏多在身体左侧，向右侧卧可以减轻心脏承受的压力……

是的，我们从小在这样深厚的睡眠文化中浸淫长大，可是年纪越大却越发现，睡眠问题很大。问一个简单的问题，晚上一般几点睡觉？如果你的答案是一个小于等于10的数字，那么问问题的人一定会瞬间瞳孔放大，满面惊诧地看着你，仿佛你是一个史前动物，如果你还不幸身为一个女性，那么毫无疑问你就是一只史前的恐龙了。否则这个时间，你不是在PARTY，就应该在去PARTY的路上，或者不在加

班，就是在加班回来的路上。当然，你还可以用“美容觉”这个国粹式的说法来遮羞，因为根据中医的理论，人的血液循环是配合时辰的，子时循环至头部，丑时循环至肝脏，依此类推，在子时的时候就是血液走到头部也就是脸部的时候，所以在10点钟上床睡觉，皮肤就能白里透红哦。

对这个说法有点心动？不妨回家一试，但是现在的年轻人，有几个人能10点钟躺到床上之后，保证在半个小时之内就能安然入睡？据统计说，75%的年轻人都没有办法做到这一点，而且越是年轻力壮的社会中流砥柱，失眠的问题就越大。比如说我，当然，我只是自认为还年轻，与砥柱没有任何关系。我到晚上睡觉前总会陷入一些两难的选择。写东西？可能会让脑子兴奋了导致睡不着。不写东西？可能会因为脑子不够疲倦而睡不着。喝点红酒？可是医生说，酒精会让人兴奋导致失眠。什么也不喝？躺在床上翻来覆去虽然不兴奋可也不是个办法。做点运动？专家们倒是同意这个方法，说只要适量就能帮助睡眠，可是这个度，实在有些难把握。做瑜伽或者跑步机上跑上半小时，做完了歇口气再洗去一身汗，一看时间早就过了美容的子时，睡意却还在某个不知名的角落等着我招手。早点上床数绵羊？试过10 点睡的，睡到12点、1点自然醒了之后，漫长的后半夜，无心睡眠，好在MSN上还有不少人陪着聊天。继续晚点上床睡觉？晚上床是最没有精神负担的坏习惯，每天晚十分钟，到现在直接空投去欧洲根本不用倒时差……

专家说，年轻人睡眠问题严重，跟职场竞争激烈有很大关系，压力太大，当然会影响睡眠。我很感激专家给我的这个台阶，不过不尽苟同。当年我采访过中国最大电脑公司的总裁，当时他刚刚上任，意气风发的同时也万众瞩目等着看他究竟行不行，那一天不知道谁问了他一个问题，您一般晚上几点睡觉？他回答说，11点。举座皆惊，大家都很绝望地想，日理万机压力超大的他，11点就洗洗睡了，咱们几个爬格子的，每天熬个什么劲儿呢？不知道，大概，就是不想睡吧。

负面乌托邦

小时候家教甚严加上学业压力沉重，高中毕业之前不曾随心所欲看过电视，如今想起来，总觉得童年因此与同伴们少了许多话题。星期一早上的课间，他们兴致勃勃地谈起昨天下午电视上播的那场惊心动魄的电影，三个人进入了地心，在火红的熔岩中架着一叶扁舟逃出生天。我一个人坐在旁边默默地记下那个电影的名字叫《地心游记》。

科技不是只有男人可以玩前几天半夜，在某个信号非常不清楚的地方电视台，看到了一出电影名字叫《地心历险记》，不管不顾地冲了一杯咖啡提神，发誓一定要将这部电影看完，一偿夙愿。当然，以我一贯的作风，要看完一出电影是多么的不容易，更何况这是一出打着地心旅游口号的电影，甚至都不是凡尔纳的版本，至于是什么版本，我对科幻话题一向没有什么研究，半个小时以后带着咖啡残留的一点清醒，我关了电视。从少女时代开始存留的什么质地的物体才能在熔岩中拯救主人公命运问题，依然没有解决。

在我关电视的时候，电影中已经有两个人为了科学研究而丧失了生命。小说家史蒂芬·金说他只写鬼故事，而不去碰科幻，非不能也，实不为尔——他不喜欢这个题材："我们对科幻没有兴趣，科幻只是负面的乌托邦，科幻不会卖座。"其实大有不信邪的人，前仆后继地将科幻进行到底。

曾经被迫和国产天才张艺谋上演过一场PK大戏的国际天才导演斯皮尔伯格，他的成名似乎就是从科幻开始而且多年以来从来也没有离弃过这个话题。所以当他谈起科技，谈起未来，谈起电影这一影音产品的前途的时候，比我们的国产天才多了一些浪漫，也多了一些伤感，更多了一些希冀，他绝不会同意把人聚在一起看电影是一件奢侈的事情，因为他相信社交是人的本性，或者说他相信人类的本性。

前些年的电影《世界大战》，虽然有他的爱将靓汤哥出演，似乎也不能改变不叫好的命运，据说和《人工智能》一样，国际反应平平。我不太喜欢《世界大战》，因为我觉得场面过于恶心，而且因为地球的细菌替人们杀死了外星来客，主人公一家在浩劫之后重聚首的场景，使之前所有的大战显得有些儿戏。但是我极喜欢《人工智能》，喜欢那个一心想变成人的小机器人，他是那么忧伤那么无助，而在人类灭绝之后他终于和母亲的DNA克隆产品圆了梦。在我看来机器人的小小心愿比八角鱼似的外星太空船更震撼。

但是，也许的确像史蒂芬·金说的那样，这一切，不管是《世界大战》，还是《人工智能》，甚至是我只看了一个开头的《地心历险记》，都是负面的乌托邦。结局看似美好，但前提实际灰暗，人类终将自己毁灭自己，所作的这一切无非是为了在最后时刻到来之前，给自己制造一个不堪一击的庇护所。

小时候写作文，兴高采烈地说，到了21世纪中国就实现了现代化，飞行船载着我们漫游太空，机器人在家里殷勤地服务，老师在远程给我们上课。2006年的春天，我在城郊的墙上看到“家家有电话，才叫现代化”标语，晚上回家看不完一出在地心寻找新居住地点的电影，Negative Utopias（负面乌托邦），似乎慢慢浮现。

数码相机时代

苏姗·桑塔格1977年写成了巨著《论摄影》，之后在全球催生了大批艺术摄影爱好者，1995年，以生产传统相机和拥有强大胶片生产能力的柯达（Kodak）公司向市场发布了其研制成熟的民用消费型数码相机DC40，从此催生了更大批草根派的摄影爱好者。

尽管根据全球最大的电子相册网站Flickr开出的一张数码摄影爱好者的相机流行趋势表中，尼康占了四席；佳能占其五；索尼仅占其一，而老祖宗柯达则名落孙山，但是谁在乎呢？在长城脚下故宫墙边的一片咔嚓声中，没有人在意原来数字影像的起源是在20世纪60年代。在宇航员被派往月球之前，宇航局必须对月球表面进行勘测，然而工程师们发现，由探测器传送回来的模拟信号被夹杂在宇宙其他的射线之中显得十分微弱，地面上的接收器无法将信号转变成清晰的图像。于是工程师们不得不另想办法，这一想，就有了数码相机。

有人写文章嘲笑像我这样的数码相机一代说，这是一批没有接触过135胶卷相机的人。我很迷茫地问，什么是135胶卷相机？是的，在这个快速数字化的年代里，我们拥有很多只iPod，而对于黑胶唱片的印象也许只停留在12岁时学校广播室那台老式的播放机上——在我们毕业之前，这种播放机也已经被淘汰，换成了卡带式录音机。对于相机的印象，就只有上世纪80年代末90年代初流行过的傻瓜相机，一按快门，咔嚓一声，不用对焦不用测光，自动过卷，明媚的笑脸永远被保留在天安门广场前的花海中，只有岁月能让它慢慢泛黄。

我毕业参加工作的第一天，第一次接触到了数码相机，那感觉，就像刘姥姥见了鸽子蛋一样，忍不住赞一声："你们的鸡长得小巧，生的蛋咋也这么俊呢。"报社的摄影记者特意将组版机的电脑屏幕调出报社的主页，所有的人排队在巨大的logo旁边照了一张相片，很快，在邮箱里就收到了自己的第一张数码照片。激动之情难免溢于言表，于

是将照片发送给遍布祖国各地的同学，尽管邮件中只有一句平常的问候语，我还是很快收获了迥然不同于往日的赞美和羡慕。

从此，我也成为数码相机的拥护者之一，尽管第一我不懂艺术，第二我不懂器材，唯一懂的一件事，就是像素越高定然越好。所以随着数码技术的日新月异，我家的数码相机越来越多——用一位疑似行家的话说，清一色的卡片机，一看就是一不懂行的。我说，上次就是你，说我200万像素的照片是手机拍的，才导致我走上这条追求像素的不归路。疑似专家说，艺术或者器材，总得懂一样才行，器材太花钱，而且在你懂得艺术之前，瞎买器材也是浪费钱，还不如看上几年《国家地理》，当速成班——注意，不是中国《国家地理》，而是美国《国家地理》，“当然，美国的《国家地理》图片很少能登上摄影顶级殿堂的，但它依然是一本很好的摄影入门杂志。而且要看80年代以后的，之前的图片颜色有些偏浅。”他说。

听完这话，我越发懵懂。不过我发现，从前就有人嘲笑中国人到了旅游景点喜欢照相留念，回家第一件事就是向街坊邻居炫耀心得。如今旅游成了新时尚，除了写游记的习惯之外，更增添了在博客上贴风景照的爱好，只不过，现在强调的是，自己是站在相机背后按快门的那一个，而不是站在相机面前摆pose的那一个，仿佛这一点区别，就划出了一道艺术与非艺术的鸿沟。虽然从照片的效果来看，他们显然也没有看过多少80年代以后的美国《国家地理》。

在十个博客有九个贴旅游照片的时代，我仍然咬牙宣布我就是喜欢数码相机，因为它节约——尽管有人提醒我，我花在更新数码相机上的钱换成胶卷也许够用一辈子了，更因为它可以PS，这项技术，让我在18岁以后第一次重新看到自己肤如凝脂的面容。这是技术革新带来的福利，我坚信这一点。直到某天，我去杭州参加一项IT“盛会”，在面对世界顶级IT巨头心情激荡的时刻，身旁的一位信誉级别很高的网商大叔突然拉住我问，数码相机的快门在哪里？

也有男人不爱手机

第一次听说手机，是在大学一年级暑假回家，和高中同学吃饭。饭桌上，大家各自谈论学校和功课，相互逼问有无拍拖，正在热闹间，没考上大学的那一个施施然走进来，手里拿着一部砖头大哥大，席上顿时鸦雀无声，事后我们回忆说，是那拔出来半米长的天线吸引了众人的目光。不过，当时萦绕在心头的一句话是，这小子发达了，我们用来上大学的一年的时间，他连手机都有了！说实话，这个事实直到现在依然能够对我脆弱的心灵造成打击，并在一定程度让我怀疑读书究竟有没有用。不过，在当时，除了羡慕之外，我们并不认为自己也需要一部手机。是的，手机在上世纪90年代中期，绝对是一件稀罕物，尽管那时候的手机体积巨大、重量超乎想象、除了通话之外没听说有其他任何功能，而且价格很贵。还有许多人认为，自己的生活根本不需要一部手机——我可不希望我在洗手间的时候都能被人找到，有传呼机就足够啦。

手机的普及和手机价格的降低，应该是有着极密切的关系的。2000年左右，新上市的诺基亚8210，在南方卖到8000多元，还有几个朋友从北京飞去广州买，因为北京根本没有货。太好看了，太小巧了，他们拿到手之后爱不释手，觉得这8000块钱花得值。那年夏天，我工作了，诺基亚8210跌到大概3000块钱，就成了街机，基本人手一部，女孩子还要用一条绳子将手机挂在胸口——当时能够轻巧到挂在脖子上的手机可不算多。8210没什么大毛病，有中文电话本和中文短信——这两点在现在看起来简直是废话，但是在当时就算是亮点了——更了不得的是，能换手机外壳的颜色！每个正版的外壳大概要100多块钱，但是公司门口那家手机铺，还提供20块钱一个的山寨壳（抱歉，那时候其实山寨这个词还没有开始流行，但是我实在太爱这个词了，所以就让它穿越了一下），不是很严丝合缝，但是至少能让手机变个色了，所以买的人很多。2001年，诺基亚出了8250，和8210没什

么太大区别，不过屏幕的灯光从千人一面的黄绿色变成了蓝色，在电视上狂打广告，竟然又掀起了一股购买热潮。我们这群手握8210的人看着眼热，可是又觉得不值得为了这个就花几千块钱换手机。后来终于想出了一个绝妙的办法，就是过香港找了一个铺头，换手机屏幕里的灯泡，于是大家花了两三百块钱，给8210披上了8250的蓝色马甲。晚上在街上打手机的时候，就有一种自己比别人都时尚几分的骄傲。

再后来，中国的手机市场就进入了加速度的爆发式增长，手机从大老板的显富工具到城市白领的通讯工具再到社会各个阶层必不可少的生活必需品，也就三五年的时间。镶价值5元的人工宝石的国产手机和“手机中的战斗机”之类的口号红火了一阵，CDMA手机打了一段时间的健康牌，接着就有了彩屏手机，然后有了能拍照的手机，然后又有了能听MP3的手机，再然后我们开始用手机上网看小说泡论坛了，现在呢？大家等着上3G，就有了能看电视的手机了。每一次有新技术出来的时候，总有人说，哎呀，这有什么用呢？但是更多的人，或者说手机厂商在忽悠更多的人追逐手机的新功能，然后以更快的频率更换手机。

到如今，许多人和我一样，有了换手机强迫症，一只手机用过了一年，就感觉心痒痒，不管那只手机到手的时候是多么的喜欢，多么的感慨：这就是我生命里最需要的那一个，一年以后一样变成墙上的蚊子血、桌上的白饭粒。是的，这只手机没有任何问题，屏幕依然亮丽，手感依然出众，摄像头仍然是现在市场上没有几部手机能比的，但是，心底总有一个声音在呼唤，换了吧。我想，大概是手机厂商无休止的广告轰炸，把人心底里喜新厌旧的坏分子，彻底激活了。

所以，我一面鄙视自己，一面崇拜我周围那几个珍稀的不用手机的朋友。一个是学者，学贯中西受人尊敬，他不用手机的原因是嫌烦，当然，他的生活以做学问为主，故纸堆不会给他打电话。另外一个是IT精英，他未结婚自称享受离婚待遇，辛苦创业被行业大佬华某公司拖欠巨款，因为某些不明原因搬离深圳撤去珠海。前阵子我出差

去了深圳，他在MSN上听说这个消息，吃过午饭就搭着一条小船乘风破浪来看我。见面就跟我说，俺用手机了。听到这话，我激动得几乎热泪盈眶。

这里有个故事，我上一次去深圳，和他约9点在中信广场的星巴克见面。结果在深圳夜晚闷热的晚风中，我痴痴地等到了10点多，他才出现。以前一向鄙视肥皂剧中男女主角互相傻等，不打手机的行为——至于吗，偶像都是不用手机的吗?

事实证明，偶像不仅不用手机，他还没有固定电话，自从他在MSN上下线兴高采烈说出门的那一刻开始，除了等待他主动现身，这个世界上没有任何一种办法能够找到他。至于他的迟到，也有一个非常充分的理由，那就是这位兄弟他没有手表，看时间就是抬头让目光穿越过城市高楼的丛林，看一看雾霭笼罩的钟楼。

他说他用手机了，所有的人都松了一口气，纷纷记录他那珍贵的电话号码备用。第二天他坐着小船回了珠海。之后再打他的手机，已经不通了。过了两天，他再度出现在深圳，说他一个人坐在船上，无聊得很，一时手痒，似乎是按了什么PIN密码之类的键，结果出错，于是卡被锁住，只好又换了一个号码。众人愤怒之余，纷纷更改通讯录上的号码，其中有一人更约他第二天修电脑，他诺然应承，然后继续控诉中国移动要求他提供过去15日打过的电话号码以证明被锁的那张卡真的是他的——这是不可能完成的任务，他下结论说。我们说，加上我们各人的电话，疑似前妻或者哪位前女友的电话，加上老爹老妈老姐的电话，怎么都能凑够15个。

他反问道：“我丢了手机怎么记得你们的电话？”

“你可以打电话问啊。”

“我不记得电话号码，怎么打电话问？”

我顿时觉得自己无比愚蠢。

第二日下午，他一直和我一起憧憬发达大计，并阐述了许多他关于如何治理国家的大计。当天晚上，等我们碰到那个想修电脑的朋友

的时候，那人见了兄弟就大叫，你的电话为什么又不通了?

兄弟苦想了一会儿，突然拍脑袋说：“我今天早上起来没事做，去移动大战女职员，把我被锁的那张卡又给开了，看，我还签了很多字呢！”

从此，我们一致认为，让这种IT精英使用手机，的确是一件不道德的事情。

我的另一个在北京从事IT行业，准确地说从事软件开发事业的兄弟，从杭州到北京发展已经两年，至今使用杭州的电话号码，所有人找他都是他长途，而他就日复一日地漫游着。如果你想找他又想省钱，所以选择发短信这一方法的话，下一秒钟他就会打回电话来，严厉斥责这种“没有文化的行为”，他说：“不许发短信，一看到短信就烦。”为什么？需要理由吗？一个IT人憎恨短信，真的需要理由吗?

后来我不怀好意地揣测，他之所以憎恨短信，是因为他的手机级别太低，收发短信都不是很利索。是的，我这两个兄弟的手机加起来，据说总额不超过500块钱。

为何人人都在谈iPhone？

2007年6月底和7月初，几乎所有的人和所有的媒体都在谈一款新手机，尽管真正见过这款手机的人没几个，据说苹果公司在短期之内也没打算把这款手机卖到亚洲卖到中国来，但是，这丝毫不影响大家对它的热情，包括股市在内。实际上，在2007年1月，苹果公司宣布它要做手机，并且气势汹汹把自己的名字从苹果电脑改成苹果公司的那一天，苹果的股票就立马飙升，而手机厂商，包括做智能手机的PALM和美国手机巨头摩托罗拉的股票应声跌了一跌。

在中国的报纸上，我们能找到所有手机厂商对苹果手机不屑一顾的报道，三星公司说不做CDMA的手机不是好手机，诺基亚说没有3G的手机也很奇怪，PALM说智能手机不是谁说做就能做的，LG公司说，咦，这款手机看起来很像鄙品牌旗下的PRADA手机哦，涉嫌抄袭，告之。

但是，与此同时，美国苹果专卖店门外安营扎寨的人们在拿到第一批iPhone的时候，觉得两天三夜的露宿街头绝对值回票价。eBay上这款官方卖价499美元的手机被炒货炒到了1500美元，据说突破2000美元也不是不可能的。如果在五六年前，苹果干什么都不会引起对手这么大的生理反应，问题是，苹果上一次推出了iPod，六年间卖出去一亿多部，把整个MP3市场打得七零八落。更恐怖的是，据传微软公司80%的员工都用iPod，导致比尔·盖茨本人出来澄清说，我没有用iPod，我真的没有用iPod。

尽管外界对iPod旋风式的成功的根本原因众说纷纭，但是据我本人购买iPod的出发点来看无非两条最基本也最庸俗的动机，一是因为它是苹果，而且是到目前为止唯一一件能在PC机上无障碍使用的苹果产品，极大满足了之前几十年积累下来的对苹果的好奇；第二，是因为它便宜，量又足，两三千块钱能买一个20G、30G的东西，除了听歌之外还能存照片当移动硬盘，怎么看怎么划算。至于外界宣传的什么

iPod代表了一种什么什么样新的生活方式和生活态度，抱歉，没看出来。

有iPod一役大胜仗的底子，乔布斯这一次底气很足，他向某血汗工厂下的iPhone的订单是一千万台，而且第一批只供给北美和欧洲。只可惜，至少从那些花了大价钱，千里迢迢从美国运回一部在中国根本不能使用的iPhone只为了能写出最热门的测评文章的中国媒体的反应来看，却不像几年前对iPod那样一边倒唱赞歌。据尝过鲜的人介绍说，这款万众期待的手机有以下缺点，自己传入的音乐不能设置成铃声，只能使用内置铃声；呼叫过程过于繁琐，无一键拨号功能；没有电话簿搜寻，只能一个个翻到你想拨号的人名；无剪贴、复制文字功能；不支持在手机上编辑Word、Excel和PDF文件；蓝牙功能不支持立体声输出；浏览器不支持Java及Flash；无语音拨号，也不支持MMS只支持EDGE，不支持3G网络；缺少Web插件，无聊天（即时通讯）程序，不能玩游戏；没有更多第三方软件程序可用，200万像素摄像头不能拍摄视频，电池采用封闭设计，不能更换电池；触摸屏幕容易弄脏，要想确保屏幕干净，用户需要随时洗手；不支持存储卡扩展……

以上数百字的介绍，让我油然想起我那个因为年头太久（天可怜见，至今也不过三四年的时间）、型号淘汰而没有能与之匹配的保护皮套、现在已经划痕斑斑、电池形同虚设而扔在储藏室里成为电子垃圾之一的iPod；想起我那个苹果和摩托罗拉合作推出的E1手机，纯粹因为用户体验太差而扔在储藏室里成为电子垃圾之二的手机；想起我兴致勃勃从新浪上下载的据说苹果推出的可以在windows下使用的浏览器safari，结果人家压根不支持中文，现在还在我电脑的回收站里躺着成为无形电子垃圾；想起我那个号称因为“设计工作”，需要入货“小白”笔记本电脑一只的朋友，至今已经修过三回，因为太重，所以从来没有满足她带去星巴克上网的小资梦想，因为太烫，她从此再没有躺在床上看过美国大片……在这一刻，我终于理解了比尔·盖茨的心情。

和电子邮件说再见

前几天在看美国电视连续剧《急诊室的故事》第六季，这套剧曾经是我的最爱，因此经常翻出来温习。片子中的医生每天都很忙乱，像生活在战场中一般，很难得有休闲的时候。急诊室主任维弗医生去拉斯维加斯度假，结果还因为暴雨滞留在机场。一边坐在酒吧里等待，一边打开电脑，这时候身边有男人上来搭讪说：“在写E□mail吗？”她回答说：“不，是写信。”于是男人很有兴趣地挑了挑眉毛，说：“很雅致的习惯。”

算一算时间，第六季播放的时候，应该在2001年，那么拍摄的时间应该在2000年左右，于是感叹，原来在那个时候的美国，写信就已经成为一种古老的奢侈。

2000年左右，中国的电脑普及率还没有这么高，互联网的网民数量还不像现在这么惊人，甚至能够熟练地打字，仍然可以成为一种职业。2000年的上半年，我还保持着每个星期给父母写信的好习惯，现在在我爸爸的书桌抽屉里，仍珍藏着厚厚的一沓信。我的毕业论文，在图书馆里占个座，埋头写一个星期，写完一瓶墨水，终于写出样稿，突然老师要求要交电脑打印稿。于是在三角地揭下一张“打字社”的广告，千字五元的那种，上门取稿件和软盘，一天以后交回软盘，收钱。自己再去找电脑编辑，每个人都会发现，至少有几千字，是原封不动打了两遍或者三遍的——因此打字社至少多赚了我们10块钱。最后再去打印社打印出来两份，一份交给老师，一份自己留底。

2000年上半年，已经学会在求职信的一栏写上E□mail地址，但是天知道会多久去查一次邮箱。结果我的一个朋友，因此错过了一家外企的面试，对方说，我不是给你发E□mail了吗?

到了2000年下半年，我上了班，在一家有中央空调、能每天上网、随便用MSN和QQ的报社做记者。我的第一篇稿件，还是晚上坐

在家里用稿纸写完了，第二天上班打到自己的电脑上的，当然，第二篇就不是了。

那时候，出于职业的关系，每日关注王志东、张朝阳的门户大战，记忆犹新的是新浪曾经将免费邮箱缩水，而推广他们的收费邮箱——这项举动曾经让我无比愤怒，尽管我的邮箱从来没有能够装满1G的东西，但是我仍然愤怒，因为我对于电子邮箱有着相当长远的愿景——如果我一辈子用这个邮箱，如果我永远不删除我的来往信件，如果垃圾邮件仍然以平均每天两封的速度飞进我的邮箱，那么总有一天它能够超过1G的容量。

事实证明我是对的，但我只对了一部分。E□mail以迅雷不及掩耳的速度，成为我们生活的一部分，成为我们工作的一部分，当我们在名片上只印E□mail地址而没有邮政编码的时候，它又向我们证明，E□mail也是一把双刃剑，有的时候，它不仅仅是通信工具。

那一年，EMC的中国总裁陆纯初和女秘书之间的邮件吵架纷扰一时，成为公共事件。有媒体因此将陆纯初评为本年度最衰的十个职业经理人之一，因为随着女秘书将他们的吵架邮件群发到遍布中国的大企业，再从企业内部邮件扩散到互联网论坛之后，他成为千夫所指的男主角。

曾经看到的关于E□mail的新闻是，来自eBay易趣的员工，因为不满公司将与tom公司的合并事件，提前将新闻稿E□mail给了新闻媒体。也许就像这位员工说的，他因为感到受到不公平待遇，所以需要发泄。本来他的所作所为根本无法阻碍这场举世瞩目的并购案的发生。问题仅仅在于，当就在这位员工所说的日期，这场事先张扬的发布会如期举行的时候，所有的人都发出了会心的，但是有些恶毒的微笑。

据说，有些公司已经禁止公司的员工写博客，或者禁止员工在博客中透露与工作相关的事宜，于是有人愤然宣布罢写：“我的工作就是

生活的一部分，如此束手束脚，不如不写。”不写博客可以，你，可以和E□mail说再见吗?

今天你点我的博客了吗?

据说中国博客界流传这样一句话："前有木子美，后有徐博客"，盖因这两个与IT无关的女人冥冥之中决定了中国博客事业的进程。几年前没有木子美的惊天一博，博客这个新生事物恐怕早就在中国因为无人喝彩而偃旗息鼓了；而几年后，没有徐博客号称全球第一的博客点击量，博客也不能成为一个最时髦的生活方式，成为最热点的社会话题，成为门户网站一个据说潜力无比巨大的赚钱工具。

我不知道是不是博客到了中国以后，就和其他的西洋玩意儿一样，被彻底娱乐化和中国化了。事实上，世界杯期间我才知道，原来msn space早有名人博客的创举，拉了欧文、小罗布冯等一众足球明星，在space上写博。不过据我的观察，也就是一众球迷在上面看看偶像的受伤心情，对点球大战的点评，仅此而已。也没见这些大球星，因为在写博客的过程中展现了自己会写日记的能力而名声暴涨，迎来事业的第二次高峰，广告接到手软。

某美国公司刚刚发布的调查数据说，大部分美国blogger更关注个人体验，而不是政治。在被问到写blog的原因时，76%的bloggers声称是为了记录并与他人分享个人体验，64%是为了与他人分享有用的知识和技能。在blog话题的选择上，37%的blogger是有关"我的生活和体验"，11% 是政治和政府，7%是娱乐，6%是体育，5%是一般的新闻事件，5%是商业，4%是技术，2%是宗教、精神和信仰，其余的，如特殊爱好、健康和疾病等话题，则占很小的比例。

"个人体验？"我也很想写这个话题，谈谈我昨天晚上做的梦，梦里有个不知名的帅哥在和我微笑，谈谈我今天早上接了一个阔别多年的朋友的电话，想起了一些前尘往事，谈谈中午吃饭的那个小饭馆，服务质量是多么的荒唐可笑，谈谈晚上在小区花园里散步的那条狗，跟我不甚友好…… "打住！"一个资深博友对我说，"你以为自己是大

明星老徐吗？这些家长里短婆婆妈妈的事情，也只有她写才有人看，她写什么都有人看。至于我们草根博客，就得哗众取宠，才有点击。”

说不关注点击那是假的，制造等级并且力图在人为的等级中占据上风是中国IT界的风气和来钱的法宝。在网上打牌，根据积分多少分封官职，从丞相到白丁，害多少中国有志青年拿出寒窗苦读的毅力日夜奋战，为的是有朝一日官拜三卿能一亲公主的芳泽；QQ推了个QQ秀，多少人拿出真金白银的纸币，去网上买过那只能套在头像上的衣服，不豪华毋宁死；开了一个博客，每天就关注今天又有多少人“点”了我的博客，是的，看不看没有关系，看完了就忘也没关系，看完了就骂那更好了，请在评论中留言骂我，一来二去又多了两点——千万点击俱乐部咱们是没有希望了，咬咬牙冲百万，还是希望在明天的。

冲到百万之后怎么办，我还没有想过，不过还能怎么样呢？至多也就是看着那1后面的6个0，呵呵傻笑，心理得到了极大的满足，之后还是该干什么干什么去。面对汹涌而来的眼球想想以后该怎么办，是把博客简化成点击量大比拼的门户网站该做的事情。是放广告，还是卖数据库，还是索性收钱了事？某位在中国做电子商务网站非常成功的人士前几天对我说，大家其实跟我一样，目前除了对着点击量傻笑满足虚荣心之外，都没想出变现的商业模式来。“投入太大，收益不知道在哪里，严重歪曲了博客的本质，中国的博客，快要歇了。”

这话，我不敢随便附和。不过我知道的是，名人们打算抛开门户网站单干了，有人说这些名人忘恩负义，卸磨杀驴，有人说门户网站霸王条款，有违商业道德，有人单干以后的博客那不叫博客，叫明星官网，已经彻底的挂羊头卖狗肉了——都有道理，但是我都不在乎。我在乎的是，名人走了，门户网站的博客浏览量下跌的话，我博客的点击会不会随着下降呢？

重回任天堂

最近怀旧风吹得强劲，好莱坞重拍的《忍者神龟》和《变形金刚》，生生将70年代生人的记忆拉回到那个娱乐生活甚为匮乏的年代，而《红楼梦》重拍，导致20年前那一版原本毁誉参半的电视连续剧，成为许多80年代甚至90年代生人心目中不可逾越的经典，所以，在这个年代看到任天堂重新回到电脑城的柜台上，完全不需要惊奇。

任天堂曾经是电子游戏世界的霸主，它的红白机遍布大街小巷，超级玛丽是我们那一代大陆人心中永远挥之不去的美丽印象，尽管从1994年开始，就失去了它的领导地位，被索尼的PS系列打得节节败退，几无还手之力。但是，今天任天堂回来了，带着它最新产的、最时髦的、有苹果风格的白色小机器WII，重新回到了我们的视线，不，不仅是回到了我们的视线，而是卖疯了，彻底地卖疯了，连CBD的女白领都在流传："楼下的WII SPORTS的光盘卖光了！"

这一场轰轰烈烈的帝国反击战，似乎和70年代生人的怀旧风和经济能力增强没有关系，因为仅凭这两点，WII很难达到超过PS3达5倍销量的成绩。单从性能来说，WII几乎都不像这2007年的游戏主机。它的性能号称有XBOX 360的三分之一，其实估计也就比XBOX一代稍好一些。但是WII现在获得超级成功，很多从来不玩游戏的人都排队去买一台，包括以前不知道任天堂为何物，后来也对PS3那个黑色酷感的机器完全没有好感的家庭主妇。

有专业人士说WII的成功在于配套游戏支持，实际上也许没有这么复杂，因为很多人都说，WII特别的游戏杆，带给玩家的体验就值回其两千多元的售价。那是一款类似于电视机遥控器一样的控制器，配置了动作感应元件，时尚的男女玩家们可以用真实的行为来控制游戏中的人物动作，比如在他们不大的客厅里面挥拍或者舞剑，这项设计可以说是开创了游戏操作的新时代。因为，玩家可以很仿真地去玩WII SPORTS这样的游戏。游戏本身玩法很简单，很容易上手，用遥控

器校准方向，按下按钮在沙发前面对电脑做一个完整的保龄球动作，然后看着电视屏幕上那只球撞倒9个瓶或者滚落到球道槽中，那一种欣喜或者懊恼的心情，和保龄球馆中的体验疑似接近。除了保龄球，还有网球，还有舞剑，甚至还有炒菜——你能想象一个从来与厨房无缘的妙龄女子对着电视机以游戏杆为锅铲欢快虚拟炒菜的情景吗？如果你不能，那么，你也需要去买一只WII了。

目前在中国内地市场，这是一种还没有正式代理的产品，却已经能够掀起销售狂潮，充分证明了产品制胜的特殊效果。而且，很多人实际上只玩 WII SPORTS一款游戏。这就像当初，很多人买PS游戏主机，就是为了玩winning Eleven这个足球模拟游戏一样。任天堂社长岩田聪非常豪情地点出了WII的存在意义：那就是尽可能扩展原有的非玩家群体，包括女性。因为仅仅面向原有的游戏玩家开发主机和游戏，游戏业的规模永远都不会扩大，甚至会萎缩。

当然，看过微软豪门打造的XBOX360上大型游戏千人混战的华丽震撼场面，加上最新的音效，很少有人不感叹。但是，作为一个经历过超级玛丽撞蘑菇、经历过《仙剑奇侠传》凄美结局痛哭流涕，至今执著地坚持《帝国时代II》，在PS2上踢足球笨拙地用操纵杆一遍一遍练习定位球的人，我选择一面称赞XBOX360的画面好漂亮，然后走过两个柜台，去买WII。低科技完胜的现象，也许对于许多喜欢看国产绚丽大片的男性玩家来说，非常难以理解或者说他们会简单将我这种行为归类为女性的无品味无目的型消费。但是，就像内地走红的中年型男郎咸平教授不厌其烦地在很多场合提出的一个概念——行业的本质，就很有借鉴意义。成人电子游戏的本质是什么呢？显然不是高科技，而是刺中上班族那根潜藏已久又怕辛苦的运动神经。

iPhone和WII啥时能进中国?

第80 届奥斯卡颁奖晚会终于如期举行，全世界人民都松了一口气，感谢罢工数月的美国编剧们终于在最后关头放了大家一马，不然像主持人斯图尔特说的那样，四五个小时的时间里大家私相授受小金人，咱们还有什么热闹可瞧呢？尽管纽约时报还在批评本届奥斯卡因为编剧们把自己逼到尽头，只有十几天的时间日夜赶工，所以节奏上略嫌拖沓，但是对于看客来说已经足够有料。有孕味十足的影后们款款走过；有星光熠熠的影帝候选；有火星撞地球的民主党候选人希拉里和奥巴马分别被取笑数回；还有，是的，当我们看到斯图尔特摆弄手机看宽屏幕的时候，看到他笨拙地打网球的时候，都会忍不住笑出声来，这两个朋友对于我们中国人来说，也再熟悉不过了，不是吗？2007年最成功最耀眼的电子产品，苹果的iPhone和任天堂的WII。如果以人气来论，它们俩比当时在场的任何人都更有资格登上奥斯卡的领奖台，尽管，邪恶的思想仍然在刹那间划过心头：好大的广告啊。

iPhone被称为本世纪最伟大的发明，我愿意把这个称号也同样给予WII，那创造性的手柄和体验方式，彻底颠覆了电子游戏的传统，所以，这两件明星产品在2007年卖到大街小巷都是——除了中国。别看中国观众在电视上看到斯图尔特手里的玩意儿也能在第一时间发出会心的微笑，但是他们大部分只能通过媒体或者网络来了解这两个伟大发明，熟悉它们的样子和功能，如果想亲手把玩，那只有一种方法，就是去买水货。因为非常令人遗憾的是， iPhone和WII，迄今为止在中国都还没有行货出售。

iPhone并不是不想进入中国内地市场，恰恰相反，它想极了，只不过它的销售策略遇到中国移动的铜墙铁壁，商业奇才乔布斯也不得不碰一鼻子灰。想在中国赚尽每一分钱，妄图在中国分去中移动一杯羹？那是不可能完成的任务，更何况，iPhone不能进中国，急的是伸长了脖子的玩家，而当40万部水货 iPhone流进内地市场的时候，急的

更是苹果公司。事实上，最近Google忽然宣布，由iPhone产生的手机搜索，比起任何其他牌子的手机高出50 倍。不知道亦对手机市场蠢蠢欲动的Google在这个时候公布这个数字，究竟是想证明潜在手机搜寻市场的庞大，还是想说明iPhone足以带动流动数据服务的需求，还是打算顺手帮中移动将苹果一军，以达到幽Steve Jobs一默的目的。

和iPhone 不同的是，WII的拥趸们等待的时候更加久，假消息传得更是满天飞。在2007年初Bestbuy就曾经打出行货WII接受预定的广告，但是一直到今天，我们仍然无法在行货的柜台上看到WII那白色小巧的身影。这个小玩意儿席卷世界的速度和广度都是不可思议的，据非官方销售监测机构VGChartz称，任天堂WII的销售量已经达到了1750万台，正在迅速逼近2000万台大关。而WII完成这个销量的时间仅仅为13个月，这要比当年的冠军PS2早了整整半年，后者达到2000万台的销售量也用了19个月的时间。所以，有一种说法是，WII迟迟不能在中国内地销售，原因简单到只有四个字：供不应求，又或者两个字：断货。

任天堂的总裁岩田聪在2007年说："今年，我们生产的WII游戏机无法满足全球市场需求，不过明年，我们将把WII带到中国。"我们没有办法统计，有多少水货WII流入内地市场，但是我们能看到的是，在iPhone水货价格已经跌到3700人民币，基本与行货价格持平的情况下，水货WII的价格仍然高出预计中的行货WII的价格数百元。

中国市场是如此巨大，中国消费者是如此热情，从水货的销量上已经看到中国玩家们对伟大发明的爱好已经到了如痴如醉的程度了，还有什么理由在明年的财报中不在这个庞大市场书上浓墨重彩的一笔呢？任天堂已经看到曙光了，有粉丝查到，在中国电磁兼容认证中心查询认证证书号我们可以查询 "2007020805000203"的编号，由神游科技(中国)有限公司申请的"神游影音互动播放器"电磁认证申请于2007年12月24日通过。其型号为RVL-001（CHN），而RVL-001就是任天

堂出品的WII游戏机的型号。那么iPhone呢？能和WII再度一起双星闪耀？

“山寨机”正在流行

我有一个朋友，被所有她认识的人以全票通过评选为最不靠谱的人，不管是对别人还是对她自己，一律都不靠谱。举一个最简单的例子，她是我见过丢手机最多的人，当然，丢只是代表不见了的意思，细分起来，包括直接被偷的、装在包里包被偷的、丢在飞机上、饭馆里、在家里弄不见了，或者压根就想不起来怎么失踪的、掉水里的、掉海里的、掉火里的……总之，她的MSN上常年挂着“手机不见了，请告之电话号码”的签名，我们都劝她不用再改签名了。去年夏天看见她，又换了一部手机，粉红色、非常小，小到握在手里都看不见。再一看牌子，不认识，我问她是哪家公司出的，她回答说，杂牌，便宜。

一直到今年的某个时刻，我突然意识到，这位大仙用的，就是传说中的山寨机，而她用山寨机是因为够便宜，丢了没那么心疼，可是我发现，周围用山寨机的人越来越多，甚至这竟然成了一种时尚。

有人为山寨机编了这么一段话：“一定得选最好的硬件芯片，雇法国设计师，做就得做最高档的手机；平台直接用MTK，屏幕最小也得3□0的，什么智能呀、电视功能呀、双卡同时待机呀，能给它装的全给它装上：前面一个摄像头、后面一个摄像头，手机一开机，甭管有事儿没事儿都得跟您说：‘咩事啊?’一口地道的广东普通话，倍儿有面子；手机里再建一读卡器，卡用索尼的，一个G就几十块；再装一特大电池，365天待机，就是一个字儿——爽，接个电话就得说它一个小时才行；周围的人不是金立就是CECT，您要是拿一外国机器，都不好意思跟人打招呼。您说这样的手机，一部得卖多少钱啊？——我觉得怎么着也得2000多块吧。2000块？你打劫啊？ 1000块起，您别嫌便宜，还必须打折，您得研究顾客的购物心理：买手机连1000块都不愿意掏的主，根本不怕你便宜；什么叫现代人士你知道吗？现代人士就

是买东西就买最便宜的，不买最好的。所以，我们做手机的口号就是：不但要好！还最便宜！”

山寨机以前不叫山寨机，它叫五码机，黑手机，就是没有通过国家规定的检测标准，由无名厂商生产流向市场的手机。在一段时间里，以仿造名牌外国手机为主，简称手机中的A货，有做得一模一样能够以假乱真的，也有在品牌上稍做手脚，iPhone流行就来hi-phone，nokia流行就来nolia的。而在去年的某个时候被一位不知名的大侠命名为山寨机之后，随着这个带着江湖气的典型粤语词汇，山寨机突然获得了不少主流人群的欢心。首先，山寨机很便宜，因为没有经过入网检测，甚至生产厂家有没有注册或者纳税都不一定，山寨机把成本压到了最低，所以价格从两三百元到七八百元，没听说有过千的。但是，厂家们深谙消费者心理，知道唯有便宜量又足，才是在这个竞争激烈的市场上立足之本，所以山寨机的又一个特色是，功能强大。强大到什么程度？超长待机、双模双卡、大容量的 TF扩展、4个摄像头、验钞功能、PSP手机、内置蓝牙耳机、内置GPS、模拟电视接收……一句话，只有你想不到，没有山寨机做不到。

同时，山寨机让我们看到了中国草根企业的能量释放之后，那无比强大的设计能力和创新能力。闭上眼睛想一想，除了直板手机、翻盖手机和滑盖手机，你觉得手机还能有什么造型？有没有想过BMW、UFO、至尊宝、轰天炮、风水造型？有没有想过充满了佛教意象的手机？克制的高雅人士惊呼：这种波普艺术和商业的嫁接，也不再是外国人的专利！而兴奋的年轻人则大叫：“太酷太拉风了，拿出来震倒一大片啊。”

所以，虽然国家有关部门天天说要整顿，中央电视台还做了专题节目来曝光这场歪风，山寨机还是把整个手机市场搅得天翻地覆。据说2007年的出货量达到1□5亿，还远销欧洲，更有由黑转白，开始在大卖场登堂入室做品牌的企业，如天语。

对于我来说，虽然我很没有山寨精神，不舍得拿几百块钱来玩，但是这个从名字到价格到造型的手机类别，让我看出一些许久不见的恶搞精神来，这一点精神让我很振奋。据说国产手机企业去年因为山寨机的原因大幅度亏损而恨得牙痒痒，可是想起当年镶在TCL手机上那闪闪的价值两三元的宝石，那需要动用牙签才能撬开的充电接口，我就觉得其实恶搞精神是国产手机与生俱来的精神，是上帝的礼物，差别只是在于有没有珍惜而已。